

**“PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN *SELF CONTROL* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU
KREDIT EKS KERESIDENAN SURAKARTA”**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**NUR MAYA MITASARI
NIM. 16.52.3.1.204**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA
2020**

PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN *SELF CONTROL* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU
KREDIT EKS KERESIDENAN SURAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

Nur Maya Mitasari

NIM. 16.52.31.204

Surakarta, 20 Oktober 2020

Disetujui dan disahkan oleh :

Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan A. Nurohman, S.E.,M.M.

NIP. 19860613 201701 1

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : NUR MAYA MITASARI

NIM : 16.52.31.204

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN *SELF CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT EKS KERESIDENAN SURAKARTA”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 20 Oktober 2020



Nur Maya Mitasari

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : NUR MAYA MITASARI

NIM : 16.52.31.204

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitain skripsi saya yang berjudul **"PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT EKS KERESIDENAN SURAKARTA"**

Dengan in menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data sesuai sampel skripsi tersebut. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 20 Oktober 2020



Nur Maya Mitasari

Yulfan A. Nurohman, S.E., M.M.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Nur Maya Mitasari

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini saya sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Nur Maya Mitasari NIM: 16.52.3.1.204 yang berjudul:

PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN *SELF CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT EKS KERESIDENAN SURAKARTA

Sudah dapat di munaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera di munaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 20 Oktober 2020

Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan A. Nurohman, S.E.,M.M.

NIP. 19860613 201701 1

PENGESAHAN

**PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN *SELF CONTROL* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT
EKS KERESIDENAN SURAKARTA**

Oleh:

NUR MAYA MITASARI
NIM. 16.52.3.1.204

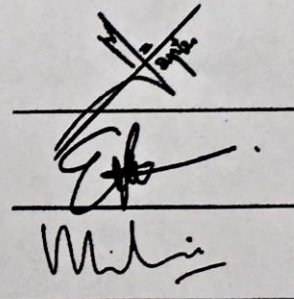
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
Pada hari Senin tanggal 16 November 2020 / 30 Rabi'ul Akhir 1442 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji :

Penguji I
M. Endy Saputro, S.Th.I, MA
NIP. 19800905201503 1 003

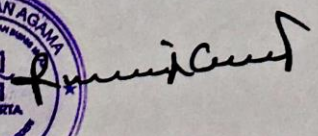
Penguji II
Waluyo, Lc., MA
NIP. 19790910201101 1 005

Penguji III
Melia Kusuma, MM
NIK. 19810608201701 2 147



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Surakarta




M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya”

(Yasin:40)

“Jika kamu mampu bersabar pada saat dirimu marah, maka hal itu dapat menghindarkan dari ribuan penyesalan di masa yang akan datang”

(Ali bin Abu Thalib)

“Jatuh ke lubang yang sama adalah cara semesta ingatkan masih ada yang belum selesai kita perbaiki”

(Nur Maya Mitasari)

PERSEMBAHAN

“Dengan mengucap rasa syukur alhamdulillah kepada Allah Subahanallahu wata’ala, Tuhan semesta alam kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku:

Orang tuaku yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya kepadaku sehingga bisa mencapai titik ini berkat dukungan, pengorbanan serta do’a yang tak berkesudahan.

Kakak dan adek yang luar biasa selalu menjadi motivasi agar aku bisa menjadi pribadi yang berfikir dan berilmu untuk meraih cita-cita

Sahabat dan teman-temanku yang telah memberikan semangat dan dukungan, tempat berkeluh kesah dan selalu ada ketika dibutuhkan, semoga kelak kita semua menjadi orang-orang yang sukses.”

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, dengan judul “Pengaruh Norma Subyektif dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Muslim Pengguna Kartu Kredit Eks Keresidenan Surakarta”. Penulis juga menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu dan tenaganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir S.Ag, M.p.d. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. M. Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Yulfan A. Nurrohman, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan ikhlas memberikan arahan dan bimbingan pada penulis selama pengerjaan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Kepada Perpustakaan IAIN Surakarta beserta staf yang telah memberikan pelayanan dengan baik ketika penulis mengerjakan skripsi.
8. Kedua orang tuaku tercinta yang sangat kusayangi dan telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang selama ini.
9. Kakak dan adekku tersayang yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
10. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberi perhatian, semangat dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.

Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah berjasa membantuku selama pengerjaan skripsi. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 20 Oktober 2020

Penulis

ABSTRACT

This study aims to prove whether there is an influence of subjective norms and self-control on the consumer behavior of Muslim credit card users. The data used are primary data and secondary data. The primary data comes from questionnaires, while the secondary data comes from libraries or from journals and previous research reports.

This study used quantitative as approach. The number of samples used is 100 respondents. Respondents selected were Muslim customers who used credit cards with non-probability techniques, namely incidental sampling techniques. The method of analysis in this study used multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 22.

The results of this study indicate that subjective norms and self-control simultaneously have a significant influence on the consumer behavior of Muslim customers who use credit cards. This is evidenced by the significance value of 0.000 less than 0.05. And partially there is a positive influence from the subjective norm variable (X1) on the consumer behavior of Muslim customers using credit cards with the result of a t-count value of 3,223 with a t-table value of 1.985. While the self control variable (X2) has a partially negative and significant effect with the result of the t value -3,995 with a t table value of 1.985. The result of R2 (coefficient of determination) is 0,172 or (17,2%) and the rest is 82,8% influenced by other variables outside this research model.

Keywords: Subjective Norms. Self Control, Consumptive Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh norma subyektif dan *self control* terhadap perilaku konsumtif nasabah Muslim pengguna kartu kredit. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari kuesioner, sedangkan data sekunder berasal dari perpustakaan atau dari jurnal-jurnal dan laporan-laporan penelitian terdahulu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Responden yang dipilih adalah nasabah Muslim pengguna kartu kredit dengan teknik non probability yakni teknik sampling insidental. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subyektif dan *self control* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah Muslim pengguna kartu kredit. Hal tersebut dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0,05. Dan secara parsial terdapat pengaruh positif dari variabel norma subyektif (X1) terhadap perilaku konsumtif nasabah Muslim pengguna kartu kredit dengan hasil nilai t hitung sebesar 3,223 dengan nilai t tabel sebesar 1,985. Sedangkan variabel *self control* (X2) terdapat pengaruh negatif dan signifikan secara parsial dengan hasil nilai t hitung -3,995 dengan nilai t tabel sebesar 1,985. Hasil R² (koefisien determinasi) sebesar 0,172 atau (17,2%) dan sisanya sebanyak 82,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Norma Subyektif, *Self Control*, Perilaku Konsumtif

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAC	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 .Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Jadwal Penelitian.....	10
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi.....	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Perilaku Konsumtif	12
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	12
2. Perilaku Konsumtif Dalam Islam.....	17
2.1.2 Norma Subyektif.....	20
2.1.3 <i>Self Control</i>	22
2.1.4 Kartu Kredit	25
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	28
2.3 Kerangka Berfikir	40
2.4 Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian.....	43
3.2 Jenis Penelitian.....	43
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel.....	44
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.4 Data dan Sumber Data	46
3.4.1 Data.....	46
3.4.2 Sumber Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Variabel Penelitian.....	47
3.7 Definisi Operasional Variabel	48
3.8 Teknik Analisis Data.....	50
3.8.1 Uji Instrumen.....	50
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Reliabilitas	50
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Multikolinieritas	52
3. Uji Heteroskedastisitas	52
3.8.3 Uji Regresi Linier Berganda	52
3.8.4 Uji Ketepatan Model.....	53

1. Uji F.....	53
2. Koefisien Determinasi.....	54
3.8.5 Uji t (Uji Hipotesis).....	54

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden.....	55
4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	57
4.2.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Responden.....	57
4.2.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	65
1. Uji Validitas.....	65
2. Uji Reliabilitas	66
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	67
1. Uji Normalitas	67
2. Uji Multikolonieras.....	69
3. Uji Heteroskedastisitas	70
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda	71
4.2.5 Uji Ketepatan Model.....	72
1. Uji F.....	72
2. Uji Koefisien Determinasi	74
4.2.6 Uji T (Uji Hipotesis).....	74
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data.....	76

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	80
----------------------	----

5.2 Keterbatasan Peneliti.....	80
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Kartu Kredit di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	68
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Bank yang Mengeluarkan Kartu Kredit	26
Tabel 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Penghasilan	62
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	63
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pengguna Kartu Kredit	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.13 Hasil Uji F	73

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	74
--	----

Tabel 4.15 Hasil Uji T	75
------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	89
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 3 Identitas Responden dan Rekap Jawaban Kuesioner	96
Lampiran 4 Data Responden	101
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	108
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	111
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	112
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Ketepatan Model	114
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	116
Lampiran 10 Cek Plagiasi	117

BAB I

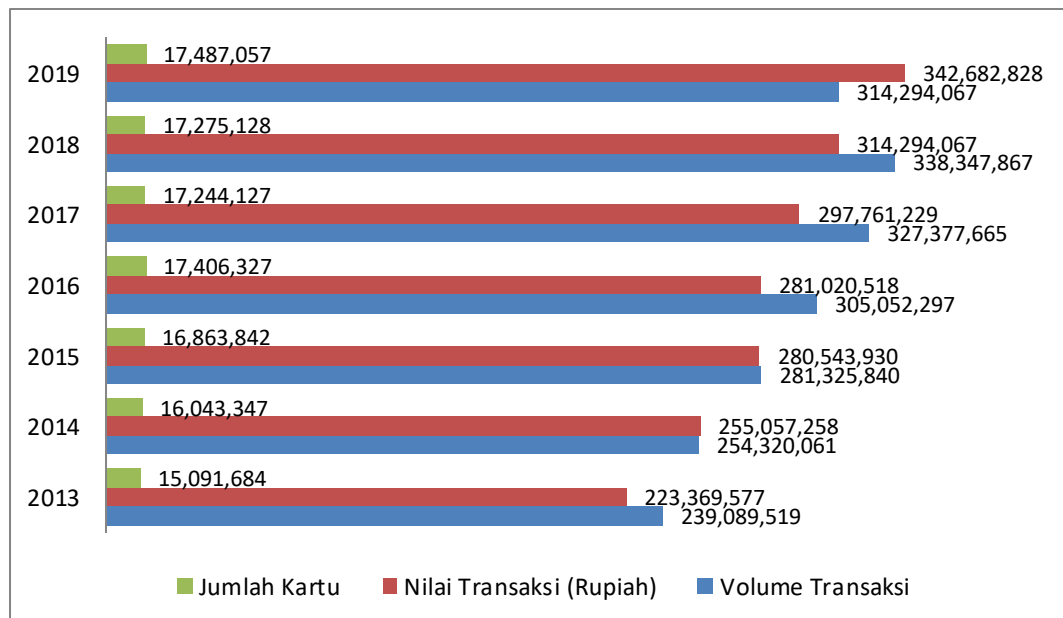
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mengarahkan pada kegiatan ekonomi berbasis digital. Hal tersebut membuat pihak bank selaku penerbit kartu kredit dijadikan acuan untuk menawarkan kepraktisan dan keamanan dalam bertransaksi, dimana mereka tidak perlu lagi membawa uang tunai sebagai alat pembayaran yang terkadang juga dapat membahayakan keselamatan (Idris dan Kasmu, 2017). Serta sistem pembayaran tunai dianggap mengurangi kenyamanan dalam bertransaksi jika nilainya besar. Adanya kartu kredit ini dapat dimanfaatkan pada hampir semua jenis transaksi pembelian barang atau jasa, sehingga oleh sebagian orang bisa mendukung gaya hidup yang dianutnya (Sulistyawaty, 2012).

Kartu kredit dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif pada perilaku nasabah yang menggunakannya. Positifnya berupa rasa aman, meningkatkan percaya diri, gengsi, merasa modern, praktis, dan merasa aman saat melakukan transaksi dalam kegiatan keuangan dan ekonomi modern. (Kristianti, 2014) Sementara itu, dampak negatifnya akan menjadikan kartu kredit sebagai pola hidup konsumtif dan boros karena selalu merasa memiliki uang untuk membeli apa saja (Lubis, 2012). Serta menimbulkan perilaku konsumsi yang mengarah ke konsumtif yaitu, meningkatkan keinginan nasabah untuk melakukan konsumsi di luar batas kemampuan dan kebutuhan.

Gambar 1.1
Grafik pertumbuhan kartu kredit di Indonesia



Sumber: Bank Indonesia, 2020.

Pada grafik diatas dapat dilihat nilai transaksi kartu kredit naik sebesar 35% dari Rp 223.369.577 dan Rp 342.672.828 pada tahun 2019. Sementara volume transaksi kartu kredit di Indonesian enam tahun terakhir ini mengalami kenaikan sebesar 24% yaitu dari 239.089.519 kali transaksi menjadi 314.294.067 transaksi pada tahun 2019. Jumlah kartu kredit yang beredar sampai akhir tahun 2019 mencapai 17.487.057 juta kartu. Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tren penggunaan kartu kredit akan selalu meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat dari berkembangnya jumlah nasabah dan juga jumlah transaksi yang terus meningkat beberapa tahun terakhir ini. Kondisi demikian menunjukkan bahwa kartu kredit telah

menjadi suatu kebutuhan yang dianggap cukup penting bagi sebagian masyarakat Indonesia.

Jumlah penduduk Eks Keresidenan Surakarta meliputi Surakarta, Boyolali, Karanganyar, Sukoharjo, Wonogiri, Sragen, dan Klaten yang beragama Islam 6.885.781 jiwa yaitu mencapai (94,78%) dari total keseluruhan penduduk 7.265.313 jiwa. Keterlibatan masyarakat muslim pastinya berpengaruh besar terhadap perkembangan dan penggunaan kartu kredit di Indonesia (Lubis, 2012). Begitu juga dengan masyarakat muslim yang ada di Eks Keresidenan Surakarta, dapat diasumsikan bahwa cukup banyak masyarakat muslim Eks Keresidenan Surakarta yang bertransaksi menggunakan kartu kredit sewaktu melakukan pembayaran tempat publik dan layanan masyarakat seperti tempat pembelanjaan, perhotelan, restoran, hiburan, dan jasa publik lainnya yang terdapat banyak merchants bekerjasama dengan bank konvensional maupun syariah.

Kehidupan di kota-kota besar dengan tingkat ekonomi menengah keatas yang penuh kesibukan membuat orang cenderung menginginkan yang serba cepat, mudah dan praktis termasuk untuk kegiatan yang bersifat konsumtif. Kartu kredit menawarkan banyak kemudahan-kemudahan dan manfaat yang menjanjikan sehingga menarik banyak nasabah untuk memiliki kartu kredit. Penggunaan kartu kredit memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tawaran-tawaran dengan pemasaran yang dikemas secara apik dan menarik perhatian, serta ditambah dengan banyaknya kerjasama pengusaha produsen dan

distributor barang dan jasa dengan bank penyedia produk kartu kredit (Kristianti, 2014).

Kemudahan yang ditawarkan pemegang kartu kredit menimbulkan perilaku konsumsi yang mengarah ke konsumtif yaitu, meningkatkan keinginan untuk melakukan konsumsi di luar batas kemampuan dan kebutuhan. Sedangkan dalam konsep ekonomi syariah, perilaku yang harus dipegang teguh dan dijalani sebagai seorang muslim dalam memenuhi kebutuhan hidupnya adalah perilaku konsumen yang sederhana, tidak boros atau tidak bersikap konsumtif (Kristianti, 2014). Kartu kredit dapat memacu seseorang agar terus membeli dan mengkonsumsi barang, dan sulit membedakan mana kebutuhan yang mau tidak mau harus dipenuhi dan mana yang hanya keinginan nafsu saja (Lubis, 2012).

Berdasarkan data yang diolah dari World Bank menunjukkan bahwa budaya konsumsi masyarakat Indonesia terus meningkat. Sedangkan di sisi lain budaya menabung masih rendah. Ditambah lagi, meski sejak tahun 2000 kesejahteraan masyarakat Indonesia terus meningkat ditandai dengan peningkatan pendapatan perkapita, justru tidak seiring dengan angka *Gross National Savings* per GDP (*Gross Domestic Product*) yang cenderung stagnan. Hal ini dibuktikan dengan observasi pada beberapa individu pengguna kartu kredit dengan hasil yaitu selalu melakukan pengeluaran diluar rencana, karena sikap konsumtif dan tidak tahan dengan pengaruh atau ajakan dari luar, selalu menggunakan prinsip tamal sulam. Menggunakan biaya pengeluaran hari

esok untuk hari ini, berhutang untuk hal-hal yang bukan menjadi kebutuhan. (Ratna, 2015).

Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka kecenderungan menggunakan kartu kredit semakin kuat (Anggraini dan Soenhadji, 2016). Gaya hidup dan gengsi yang menulari masyarakat tidak lagi mendorong ke arah lebih baik, melainkan ke arah perilaku konsumtif yang cenderung membeli barang yang dapat meningkatkan penghargaan atas dirinya sendiri dan meningkatkan sosial ekonomi terhadap orang lain dan bukan karena kebutuhan akan barang tersebut. Hal ini bisa disebabkan karena beberapa faktor seperti norma subyektif. Norma subyektif adalah persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, Icek dan Driver, 1991).

Perilaku konsumtif dapat menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman karena keinginan konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan yang didasari faktor emosi (Utami, 2018). Selain norma subyektif *self control* dapat juga memengaruhi perilaku konsumtif. *Self control* adalah tenaga kontrol atas diri, oleh dirinya sendiri. *Self control* dalam hal pengelolaan uang merupakan sebuah aktivitas yang mendorong seseorang untuk melakukan penghematan dengan menurunkan pembelian *impulsive*. (Otto, 2011).

Untuk membuktikan bahwa norma subyektif dan *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit didukung pada beberapa penelitian. dalam penelitian yang dilakukan oleh Apriliyana Putri

Savitri (2017), Penelitian ini menemukan bahwa norma subyektif berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan *self control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Nur Arsy Fitriani dan Partini (2016), dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferinaldy, Muslikh, dan Nurul Huda (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap intensi untuk menggunakan uang elektronik. Penelitian yang dilakukan oleh Chia-Lin Hsu, Chi-Ya Chang, Chutinart Yansritakul (2017), menghasilkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subyektif, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen terhadap produk perawatan kulit hijau. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Kashifa, Anna Zarkadab dan Thurasamy Ramayahc (2016). Sikap, norma subjektif, dan perceived behavioural control sangat mempengaruhi niat etis dari manajer layanan pelanggan.

Dengan latar belakang dan terdapat perbedaan hasil penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Norma Subyektif dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Muslim Pengguna Kartu Kredit Eks Keresidenan Surakarta”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dilakukan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Berbagai kemudahan dan fasilitas yang diberikan oleh penerbit kepada pemegang kartu kredit menjadikan kartu kredit sebagai pola hidup konsumtif.
2. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka kecenderungan menggunakan kartu kredit semakin kuat. Gaya hidup dan gengsi berlebihan mendorong ke arah perilaku konsumtif yang cenderung membeli barang yang dapat meningkatkan penghargaan atas dirinya sendiri dan meningkatkan sosial ekonomi terhadap orang lain dan bukan karena kebutuhan akan barang tersebut.
3. Perilaku konsumtif, khususnya nasabah muslim pengguna kartu kredit semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya sedangkan dalam ekonomi islam, salah satu ajaran berperilaku yang harus dipegang teguh dan dijalani sebagai muslim dalam memenuhi kebutuhan hidupnya adalah berupa perilaku yang sederhana, bersahaja, seperlunya dan tidak boros serta tidak hidup dalam kemewahan.
4. Adanya *research gap* dalam penelitian sebelumnya.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam suatu penelitian diperlukan agar tidak meluas dan mencapai fokus yang diharapkan, maka penulis perlu membuat batasan-batasan:

- a. Penelitian dan penulisan ini mengutamakan pembahasan mengenai norma subyektif dan *self control* terhadap perilaku konsumtif.
- b. Penelitian ini dilakukan pada nasabah muslim pengguna kartu kredit.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah muslim yang memiliki dan menggunakan kartu kredit khususnya masyarakat Eks Keresidenan Surakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagaimana berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh norma subyektif terhadap perilaku konsumtif pada nasabah muslim pengguna kartu kredit?
2. Apakah terdapat pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif pada nasabah muslim pengguna kartu kredit?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap perilaku konsumtif pada nasabah muslim pengguna kartu kredit.
2. Untuk mengetahui pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif pada nasabah muslim pengguna kartu kredit.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini memiliki manfaat dari segi akademis dan praktis sebagai berikut:

1. Akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dalam mengetahui pengaruh norma subyektif dan *self control* terhadap perilaku konsumtif pada nasabah muslim pengguna kartu kredit.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan riset atau penelitian lanjutan.
2. Praktis
 - a. Sebagai tambahan informasi bagi nasabah muslim pengguna kartu kredit untuk dijadikan sebagai pemahaman pentingnya mengendalikan diri dengan baik agar tidak membawa dampak negatif serta cara bagaimana berperilaku islami.

- b. Bagi perguruan tinggi diharapkan kajian penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan Proposal Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bab, dan masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab, adapun penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah yang menguraikan pokok pikiran penyusun tentang alasan dalam pemilihan topik. Identifikasi masalah berisi kajian mengenai berbagai masalah yang relevan dengan ruang lingkup serta variabel yang akan diteliti. Batasan masalah menunjukkan fokus-fokus objek yang akan dikaji dalam skripsi. Rumusan masalah merupakan sederetan pertanyaan yang akan dikaji dalam skripsi. Tujuan penelitian mengungkap tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dengan mengacu pada sisi dan rumusan masalah. Manfaat penelitian menjelaskan mengenai berbagai manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian yang akan dilakukan. Sistematika penulisan meliputi uraian singkat pembahasan materi dari masing-masing bab.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori dari penelitian terkait dengan konsep tentang perilaku konsumtif. Konsep teori variabel norma subyektif dan *self control*. Dimana landasan tersebut berisi tinjauan pustaka penelitian yang dilakukan. Teori-teori tersebut diambil dari berbagai referensi buku yang ada, juga dari literatur dan semua ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, pada landasan teori juga berisi kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas atau menguraikan tentang gambaran umum penelitian, hasil analisis data dan pembahasan hasil analisis, jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah (pembuktian hipotesis).

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian serta memuat

tentang saran yang berguna bagi pihak-pihak bersangkutan dan penelitian lainnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

Dari pendahuluan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kajian teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.1.1 Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri). Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah (Lestari dan Suharjo, 2015).

Perilaku konsumtif perlu dilihat dari pemahaman perilaku konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pengeluaran dana yang berlebihan. Pengertian konsumtif, menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), yaitu batasan tentang perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas. Pada intinya perilaku konsumtif adalah membeli atau menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan.

Konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan (Barry, 1994). Oleh karena itu, perilaku konsumtif dapat diartikan perilaku yang boros, dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasari atas pertimbangan rasional. Apabila perilaku tersebut dibiarkan terus-menerus akan mengakibatkan terjadi tindakan pemborosan (Astuti, 2013).

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batas, dimana seseorang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (Triyaningsih, 2011).

Perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Seseorang dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk

memuaskan kesenangan yang dipengaruhi oleh interaksi sosial seseorang dalam kehidupannya. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Aprilia, 2013).

Irmasari (2010) perilaku konsumtif dapat menimbulkan dampak negatif, antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul ketika orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.

Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak menghabiskan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa mendatang (Fitriyani, Presetyo, Budi Widodo, & Fauziah, 2013).

a. Tanda-Tanda Seseorang Mengalami Perilaku Konsumtif

- 1) *Impulsive*, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan di tempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti mempertimbangkan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli.

- 2) *Non-Rational* yaitu perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu.
- 3) *Wasteful* yaitu menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas (Engel J F, Blackwell R D, 1994).

b. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu (Dharmmesta dan Handoko, 2000):

a) Iklan

Menurut Franz Magnis (1987), munculnya iklan baik di media cetak maupun elektronik ikut andil dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Widiastuti (2003), berpendapat Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional (Triyaningsih, 2011).

b) Konformitas

Menurut William (1985), konformitas merupakan salah satu faktor kelompok sosial yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi. Pernyataan ini, diperkuat oleh Robertson, Zielinski dan Ward (1987), bahwa konformitas dapat memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan dalam perilaku konsumen (Hotpascaman, 2010). Bearden, dkk (1989) menyatakan bahwa seseorang mungkin akan membeli suatu produk untuk menjadi konform dengan kelompoknya, atau karena kelompoknya memberikan informasi mengenai produk tersebut (Iqbal & Ismail, 2011).

Perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mendapat pengaruh konformitas dalam bentuk *compliance* yaitu pengaruh konformitas yang membuat seseorang melakukan perilaku konsumtif tanpa benar-benar mempercayai apa yang sedang mereka lakukan dan sesuai dengan tekanan kelompok (Myers, 2010).

c) Gaya Hidup

Gaya hidup diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan suatu barang. Dengan demikian, gaya hidup adalah aspek utama yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli

barang. Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang (Patricia & Handayani, 2014). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Triyaningsih (2011) bahwa kebanyakan orang yang melakukan perilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup.

2. Perilaku Konsumtif Dalam Islam

Dalam ajaran Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dengan keimanan, karena keimanan memberikan sudut pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia. Keimanan memberikan saringan moral dalam menggunakan harta sekaligus juga memotivasi pemanfaatan pendapatan untuk hal-hal yang baik dan efektif (Muntholib, 2012). Perilaku konsumsi yang berlebihan merupakan ciri masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, disebut dalam islam dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabzir* yaitu menghabur-hamburkan harta tanpa guna (Kahf, 1995). Perilaku *israf* diharamkan meskipun yang dibeli adalah barang halal. Selain itu, dalam Qs. Al-Baqarah ayat 168, Allah melarang umat Islam hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud yaitu tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan.

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif, akan tetapi tidak semua manusia melakukannya. Dalam surat al-Isra' dianjurkan untuk membelanjakan harta yang kita miliki sesuai dengan *syara'i*, tidak boleh berlebih-lebihan dan juga tidak kikir. Inilah yang disebut dengan kesederhanaan dalam Islam.

Dalam surat al-Isra' ayat 26 menerangkan: "Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros". Juga telah diterangkan dalam surat al-Maidah ayat 87, yaitu: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas." Dalam surat al-A'raf ayat 31 juga disebutkan: "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."

Ayat diatas melarang kita untuk berbuat berlebih-lebihan dalam hal makan, berpakaian, serta dalam hal berbelanja. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan pokok, membeli hanya karena keinginan semata sehingga menimbulkan sesuatu yang berlebihan dan menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seseorang menjadi sombong serta mengakibatkan seseorang bisa berbuat apa saja, termasuk berbohong. Oleh karena itu, kita dilarang untuk berperilaku konsumtif serta berlebih-lebihan. Karena sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai sesuatu sesuatu yang berlebih-lebihan.

Konsep keberhasilan dan kesuksesan seorang muslim bukan diukur dari seberapa besar harta kekayaan yang diperoleh dan dimiliki. Kesuksesan seorang muslim diukur berdasarkan seberapa besar ketakwaan seseorang akan

membawa konsekuensi terhadap berapapun besar dan banyaknya harta yang diperoleh serta bagaimana menggunakannya. Apabila harta yang diperoleh lebih banyak, akan semakin memperbesar rasa syukur dan semakin besar bagian yang akan diberikan kepada yang tidak mampu dan membutuhkan (Syaparrudin, 2011). Demikian pula saat kekurangan harta, akan tetap bersabar atas ujian yang telah menyimpannya dan tidak mengambil jalan pintas untuk mendapatkannya apalagi sampai melanggar ketentuan syari'at Islam (Hasanuddin, 2004).

Salah satu perilaku dalam konsep ekonomi syariah yang harus dipegang teguh dan dijalani sebagai muslim yang meyakini sistem syariah sebagai panduan hidup dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, adalah perilaku konsumen yang tidak boros/ tidak bersikap konsumtif. Karena perilaku yang konsumtif maka jumlah dana/simpanan masyarakat akan semakin minim akibat pola pikir dan kepuasan masyarakat yang mendapatkan barang dan jasa yang ditawarkan, sementara dana/simpanan masyarakat merupakan salah satu sumber peningkatan kesejahteraan manusia sebagai modal usaha yang harus dijalani secara berkelanjutan tanpa putus (Kristianti, 2014). Hal penting yang harus dilakukan jika surplus/kelebihan harta yang dimiliki harus dapat disebarluaskan secara sosial, yang dikenal dengan istilah infak (Rahman, 1995).

2.1.2 Norma Subyektif

1. Pengertian Norma Subyektif

Norma subyektif mengacu pada perilaku yang diharapkan oleh orang lain. Norma subyektif datang dari pengaruh orang lain yang oleh seseorang dianggap penting (Subagyo, 2000). Hal ini sejalan dengan pendapat Dharmmesta (1998) yang mengatakan bahwa norma subyektif menyangkut persepsi seseorang, apakah orang lain yang dianggap penting akan mempengaruhi perilakunya. Keyakinan terhadap perilaku dan evaluasi akan menentukan perilaku. Keyakinan normatif dan motivasi untuk mengikuti pendapat orang lain akan menentukan norma subyektif (Mahyarni, 2013).

Norma subyektif adalah perasaan atau pendugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu (Ajzen, Icek dan Driver, 1991). Sejalan dengan Peter dan Olson (2000), yang mengatakan bahwa norma subyektif mencerminkan persepsi seseorang tentang apa yang mereka anggap bahwa orang lain ingin agar mereka melakukan perilaku tertentu (Peter, J.P., and J.C., 2000). Persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan disebut dengan norma Subyektif (Idris dan Kasmu, 2017).

Norma subyektif (*subjective norms*) dibentuk berdasarkan: (Ajzen, Icek dan Driver, 1991).

- a. *Normative Belief* (keyakinan normatif), yaitu keyakinan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka berpikir subjek seharusnya melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku atau keyakinan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya mengenai apa yang seharusnya dilakukan.
- b. *Motivation to Comply* (motivasi mematuhi), yaitu motivasi yang sejalan dengan keyakinan normatif atau motivasi yang sejalan dengan orang yang menjadi kelompok acuan.

Menurut Ajzen (1991) norma subjektif adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya yang berasal dari *referent* atau orang dan kelompok yang berpengaruh seperti orang tua, pasangan, teman, rekan kerja atau lainnya terhadap suatu perilaku (*normative belief*). Jika individu merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan, bukan ditentukan oleh orang lain di sekitarnya, maka dia akan mengabaikan pandangan orang tentang perilaku yang akan dilakukannya. Sedangkan *motivation to comply* yaitu apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak. Norma subyektif merupakan fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka (Heni, 2013).

2.1.3 *Self Control*

1. *Pengertian Self Control*

Self control atau kontrol diri adalah tenaga kontrol atas diri, oleh dirinya sendiri. *Self control* merupakan suatu sifat kepribadian yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli sesuatu (Tifani, 2014). *Self control* yang dirasakan ialah persepsi individu untuk melakukan perilaku yang diinginkan (Andryani & Kurniawati, 2015). *Self control* bisa diartikan sebagai ukuran sejauh mana individu percaya tentang mudah atau sulitnya melakukan tingkah laku tertentu (Eriyani Wiyono, 2012)

Self control didefinisikan sebagai persepsi kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku (Ajzen, Icek dan Driver, 1991). *Self control* merupakan sejauh mana perilaku tersebut diukur, dimana seseorang benar-benar memiliki mekanisme yang mendukung perilaku. *Self control* merupakan gagasan tentang pengendalian perilaku yang dirasakan terutama tentang keputusan seseorang dalam menerapkan tindakan yang diperlukan dalam situasi tertentu (Awan, H. M., Siddiquei, A., & Haider, 2015).

Self control ialah kemampuan individu untuk menahan diri atau mengarahkan diri kearah yang lebih baik ketika dihadapkan dengan godaan-godaan (Baumeister, 2002). Apabila seseorang dengan *self control* yang baik akan mampu untuk mengontrol perilaku konsumtif tersebut dengan membedakan kebutuhan dan keinginan (Putri, 2018). Menurut Wallstons (1981), *self control* adalah keyakinan seseorang bahwa tindakan akan

mempengaruhi perilaku dan dirinya sendiri yang dapat mengontrol perilaku tersebut. Seseorang kontrol diri yang tinggi akan melihat dirinya mampu mengontrol segala hal yang menyangkut perilakunya, begitu juga dengan sebaliknya apabila kontrol dirinya rendah, maka individu tersebut tidak mampu untuk mengontrol segala hal yang menyangkut dengan perilakunya (Adeonalia, 2002).

Self control merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungan. Selain itu, kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain, dan menutupi perasaannya (Ghufron, 2010). Kemampuan untuk tidak berperilaku konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh Self control, sehingga masyarakat muslim diharapkan mampu mengendalikan perilaku, karena pada dasarnya setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu, mengatur, dan mengarahkan perilakunya.

2. Aspek-aspek Self Control

a. *Behavioral Control* (Kontrol Perilaku)

Kemampuan individu dalam mengendalikan diri pada suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dirinci menjadi dua komponen yakni kemampuan mengatur pelaksanaan dan kemampuan memodifikasi perilaku. Kemampuan mengatur pelaksanaan

merupakan kemampuan individu dalam menentukan siapa yang akan mengendalikan situasi atau keadaan, apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan sumber eksternal. Sedangkan kemampuan memodifikasi perilaku merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki akan dihadapi oleh individu.

b. *Cognitif Control* (Kontrol Kognitif)

Kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian kedalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan yang dihadapi. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yakni memperoleh informasi dan melakukan penilaian. Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subyektif.

c. *Decisional Control* (Kontrol Keputusan)

Kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol diri akan sangat berfungsi dalam menentukan pilihan, baik dengan adanya

suatu kesempatan maupun kebebasan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan (Averill, 1973)

2.1.4 Kartu Kredit

1. Pengertian Kartu Kredit

Sesuai yang tertulis di dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) pasal 1 angka 4 nomor 10/8/PBI/2008, Kartu kredit adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian untuk melakukan penarikan tunai dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh *acquirer* atau penerbit, pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan pembayaran tersebut pada waktu yang disepakati baik secara sekaligus ataupun secara angsuran.

Kartu kredit adalah alat pembayaran pengganti uang tunai, berbentuk kartu yang memberikan fasilitas kredit kepada pemiliknya, di mana saat jatuh tempo dapat dibayar keseluruhan secara tunai atau sejumlah minimum dan sisanya dijadikan kredit. Pengertian kartu kredit menurut Muslich (2013), kartu kredit adalah kertas tebal yang memberikan fasilitas kepada pemiliknya untuk mendapatkan pinjaman uang dari bank yang harus dibayar dengan cara diangsur. Berikut ini adalah data bank yang menerbitkan kartu kredit:

Tabel 2.1
Daftar Bank yang Mengeluarkan Kartu Kredit

No	Nama Penerbit	No	Nama Penerbit
1	BANK BUKOPIN	14	BANK OCBC NISP
2	BANK CENTRAL ASIA	15	BANK PERMATA
3	BANK CIMB NIAGA	16	BANK QNB INDONESIA
4	BANK DANAMON INDONESIA	17	BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
5	BANK DBS INDONESIA	18	BANK SINARMAS
6	BANK HSBC INDONESIA	19	BANK UOB INDONESIA
7	BANK ICBC INDONESIA	20	BNI SYARIAH
8	BANK MANDIRI (PERSERO)	21	CITIBANK
9	BANK MAYAPADA INTERNATIONAL	22	PAN INDONESIA BANK LTD.
10	BANK MAYBANK INDONESIA	23	STANDARD CHARTERED BANK
11	BANK MEGA	24	PT. AEON CREDIT SERVICES
12	BANK MNC INTERNASIONAL	25	PT. HOME CREDIT INDONESIA
13	BANK NEGARA INDONESIA 1946 (PERSERO)	26	PT. SHINHAN INDO FINANCE

Sumber: www.bi.go.id, 2020

Kartu kredit merupakan salah satu Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK). Kartu kredit menawarkan dua fungsi yang berbeda kepada konsumen yaitu sebagai alat pembayaran dan sumber kredit (Abdelrahmann, 2011). Peran kartu kredit sebagai salah satu indikator tumbuhnya *Cash Less Society* yang merupakan sistem pembayaran yang aman

dan praktis. Untuk sebagian kalangan, kartu kredit bahkan mendukung gaya hidupnya dan dimanfaatkan pada hampir semua transaksi pembelian barang atau jasa. (Sulistyawaty, 2012). Kartu kredit dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif pada perilaku masyarakat yang menggunakannya (Kristianti, 2014).

Jika kartu kredit digunakan secara bijak maka kartu kredit akan memberikan manfaat. Bagi pemilik kartu manfaat yang dapat diperoleh diantaranya risiko kehilangan dan pencurian uang lebih rendah, karena walaupun kartu hilang pemilik kartu dapat segera menghubungi *issuer* atau *acquirer* untuk memblokir kartu. Lebih praktis, karena tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah yang besar. Mengatasi kebutuhan dana mendesak dalam jangka pendek tanpa harus mengajukan permohonan kredit kepada bank atau lembaga keuangan lain. Serta fasilitas lain yang ditawarkan oleh *issuer* pada kartu kredit yang diterbitkan seperti asuransi, informasi dokter, kemudahan pembelian barang dan jasa pada merchant tertentu, dan lain-lain.

Ketika kartu kredit digunakan dengan cara yang salah, maka kartu kredit akan mengakibatkan beban yang lebih bagi yang menggunakan baik dalam bentuk *financial cost* maupun *psychological cost*. Dengan adanya kartu kredit masyarakat cenderung menjadi lebih konsumtif dari sebelumnya karena dipicu oleh penawaran-penawaran menarik termasuk program diskon dan angsuran yang dapat meringankan beban dalam bertransaksi (Gunawan & Linawati, 2013). Pada dasarnya sifat konsumtif adalah karakter masing-masing individu pemegang kartu. Jika karakter dasarnya bukan boros,

maka seseorang akan tetap mampu mengontrol penggunaan kartu kreditnya.
(Pujiyono, 2005).

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Berikut penelitian terkait dengan ‘Pengaruh norma subyektif dan *self control* terhadap perilaku konsumtif Nasabah Muslim pengguna kartu kredit’, diantaranya:

Tabel 2.2
Hasil penelitian yang Relevan

No	Judul, Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel	Metodologi Penelitian dan Sampel	Hasil penelitian
1.	Pengaruh norma subyektif, religiusitas dan <i>self control</i> terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslimah pengguna kartu	Norma subyektif (X1), Religiusitas (X2), <i>Self control</i> (X3), dan Perilaku konsumtif (Y)	Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel teknik <i>non probability</i> yakni teknik <i>sampling incidental</i> . Sampel 100 orang.	1.Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel norma subyektif (X1) terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslimah pengguna kartu kredit. 2.Terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial dari variabel

	<p>kredit.</p> <p>Apriliyana</p> <p>Putri Savitri</p> <p>(2017)</p>			<p>religiusitas (X2) terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslimah pengguna kartu kredit.</p> <p>3. Terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial dari <i>self control</i> (X3) terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslimah pengguna kartu kredit.</p>
2.	<p>Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kendali perilaku Dan Religiusitas terhadap intensi menggunakan uang elektronik</p> <p>Fernaldy, Muslikh, dan</p>	<p>Sikap (X1), Norma subyektif (X2), Kendali Perilaku (X3), Religiusitas (X4), dan Intensi (niat perilaku) (Y)</p>	<p>Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Maximum Likelihood Estimation</i> (MLE). Metode yang digunakan <i>Structural</i></p>	<p>Variabel sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi untuk menggunakan uang elektronik.</p>

	Nurul Huda (2019).		<i>Equation Model</i> (SEM). Sampel 127 orang.	
3.	Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk <i>fashion online</i> shopping pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Nur Arsy Fitriani dan Partini (2016).	Kontrol diri sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikatnya.	Kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan korelasi <i>product moment</i> . Sampel 70 mahasiswi.	Ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.
4.	<i>Exploring purchase intention of green skincare</i>	Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), Persepsi	Kuantitatif. Teori Perilaku Terencana (TPB).	Terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subyektif, persepsi kontrol perilaku berpengaruh

	<i>products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity.</i> Chia-Lin Hsu, Chi-Ya Chang, Chutinart Yansritakul, 2017.	Kontrol Perilaku (X3), Niat beli (Y) konsumen terhadap produk perawatan kulit hijau.	Sampel 300 responden	positif terhadap niat beli konsumen terhadap produk perawatan kulit hijau.
5.	<i>The impact of attitude, subjective norms, and perceived behavioural control on</i>	Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Persepsi kontrol perilaku (X3), dan Niat etis	Kuantitatif. Metode studi empiris yang dibingkai oleh TPB yang diuji ulang dalam konteks baru.	Sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku sangat mempengaruhi niat etis dari manajer layanan pelanggan.

	<i>managers' intentions to behave ethically.</i> Muhammad Kashifa, Anna Zarkadab dan Thurasamy Ramayahc (2016).	Manajer layanan pelanggan (Y)	Sampel 484 manajer.	
6.	<i>The Effect Of Credit Card Usage On Consumer Behavior.</i> Kubra Onder (2018).	Kartu kredit dan perilaku konsumen.	Kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan <i>Autoregressive Distributed Lag (ARDL)</i> . Data yang digunakan menggunakan pola pengeluaran konsumen dari	Penggunaan kartu kredit membuktikan bahwa konsumen membelanjakan lebih dari pendapatan mereka, dan mengkonsumsi kebutuhan dasar mereka dengan berlebihan.

			penggunaan kartu kredit laporan triwulanan 2002-2015.	
7.	<i>Factors Affecting the Behavior of University Community to Use Credit Card.</i> Maya Sari dan Rofi Rofaida (2011)	Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap niat dan perilaku penggunaan kartu kredit.	Kuantitatif. Pendekatan model <i>Theory of Planned Behavior</i> menggunakan analisis jalur pengaruh langsung dan tidak langsung. Sampel 100 orang.	Ada pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial antara sikap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku atas perilaku utang berisiko gagal bayar.
8.	<i>Determinants of consumers' intention to use credit card: a perspective of multifaceted</i>	Resiko yang dirasakan, Niat perilaku, dan Kartu kredit.	Kuantitatif. Model teoritis dengan mengintegrasikan model penerimaan	Persepsi risiko, persepsi kegunaan, pengaruh sosial, dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penentu yang signifikan dari niat

	<p><i>perceived risk.</i></p> <p>Hoang Nam Trinh, Hong Ha Tran, dan Duc Hoang Quan Vuong (2020).</p>		<p>teknologi (TAM) dan teori yang dipersepsikan. Sampel 485 nasabah bank melalui survei online berskala nasional.</p>	<p>konsumen untuk menggunakan kartu kredit. Di antara mereka, hanya risiko yang dirasakan yang menghalangi tujuan penggunaan kartu kredit, yang disintesis dari risiko psikologis, keuangan, kinerja, privasi, waktu, sosial dan keamanan.</p>
9.	<p><i>Impulse Buying And Credit Card: Do They Walk Hand In Hand?. Agnes Gracia Quita dan Mahestu N Krisjanti (2019).</i></p>	<p>Penggunaan kartu kredit, Perilaku membeli impulsif, konsumen remaja.</p>	<p>Kuantitatif pendekatan dengan metode survei. Termasuk penelitian <i>cross sectional.</i> Teknik pengambilan sampel <i>non probability.</i></p>	<p>Adanya pengaruh signifikan kontribusi penggunaan kartu kredit terhadap perilaku pembelian impulsif. Hasilnya menunjukkan agar pelajar Tionghoa di Australia menjaga kebiasaan menggunakan kartu kredit. Apalagi mereka juga cenderung membeli produk secara impulsif.</p>

			Sampel mahasiswa Tionghoa di Australia.	
10.	<i>Effects of Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Risk, and Perceived Usefulness towards Intention to Use Credit Cards in Surabaya, Indonesia.</i> Njo Anastasia dan Samiaji Santoso (2020).	Norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, persepsi risiko, manfaat yang dirasakan, niat untuk menggunakan kartu kredit.	Kuantitatif. Data diolah menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS). Teknik <i>purposive sampling</i> . Sampel 100 pemilik kartu kredit di Surabaya.	Norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan kegunaan yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan kartu kredit, sedangkan risiko yang dirasakan tidak.

11.	<i>The Influence of Self-concept in Using Credit Card on its Decision to Use.</i> Gatot Wijayanto, Yuyus Suryana, Yevis Marty Oesman, dan Arief Helmi (2019).	Konsep Diri, Keputusan Penggunaan, Kartu Kredit.	Kuantitatif. Metode survei eksplanatori dengan melibatkan 400 responden yang memiliki kartu kredit, yang dipilih dengan <i>metode accidental sampling</i> dari total populasi 6.770.000 orang.	konsep diri mempengaruhi keputusan penggunaan kartu kredit. Selain itu, empat dimensi konsep diri yaitu pengendalian diri, tanggung jawab, kepercayaan diri, dan harga diri juga mempengaruhi pengguna kartu kredit dalam mengelola perilakunya menggunakan kartu kredit dengan pengaruh dalam kategori sedang.
12.	<i>Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem,</i>	Kartu kredit, pembelian kompulsif, harga diri, materialisme, pembelian impulsif, dan kendala	Kuantitatif. Sebanyak 186 kuesioner dikumpulkan melalui pengambilan sampel praktis dari pengguna	Kendala anggaran, pembelian <i>impulsif</i> dan <i>materialisme</i> memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap pembelian <i>kompulsif</i> . Penyalahgunaan kartu kredit dipengaruhi secara

	<p><i>materialism, impulsive buying and budget constraint.</i></p> <p>Nor Asiah Omar, Ruzita Abdul Rahim, Che Aniza Che Wel, Syed Shah Alam (2014).</p>	anggaran.	<p>kartu kredit yang bekerja di Malaysia.</p> <p>Sebuah struktural model persamaan yang menilai hubungan antara variabel yang diusulkan diuji menggunakan AMOS 20.</p>	<p>negatif oleh harga diri sedangkan secara positif oleh pembelian kompulsif.</p>
13.	<p><i>The Influence of Cultural Factors on Consumer Buying Behaviour and an Application in Turkey.</i></p> <p>Yakup Durmaz</p>	<p>Faktor budaya terhadap perilaku pembelian konsumen.</p>	<p>Kuantitatif. survei dilakukan pada 1400 orang dari tujuh wilayah Turki. Dari setiap daerah dipilih dua provinsi</p>	<p>1.Sekitar setengah dari pelanggan mengetahui bahwa faktor terpenting dalam membeli barang dan jasa adalah lingkungan dan teman (sekitar 46%)</p> <p>2.Mayoritas responden survei percaya, budaya dan</p>

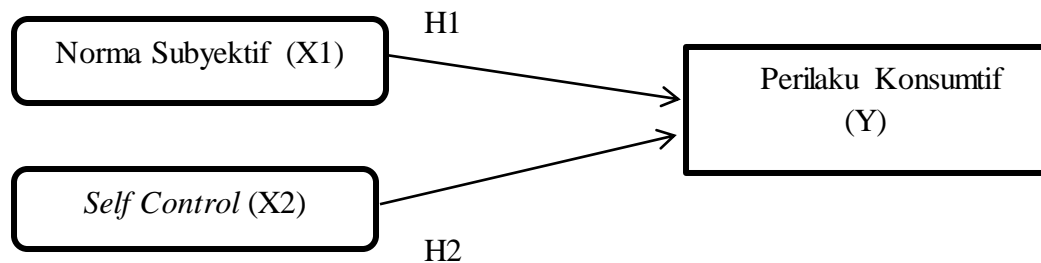
	(2014).		dengan metode <i>random sampling</i> . sebuah Survei tatap muka dilakukan terhadap 100 orang dari tiap provinsi dan berjumlah 1400 orang berpartisipasi dalam survei.	tradisi adalah faktor terpenting (sekitar 60%). 3. Sekitar lebih dari separuh konsumen percaya akan hal itu faktor terpenting dalam membeli barang dan layanan adalah pekerjaan dan kelompok sosial pekerjaan efek (sekitar 54 persen)
14.	<i>Consumer behaviour of credit card users-case: Bank of China.</i> Xia, Tian dan Li, Yiming (2014).	Perilaku konsumen dan gambaran pasar kartu kredit.	penelitian kuantitatif dilakukan dalam bentuk survei online. Kuesioner dikirimkan kepada 4000 konsumen	Bank of China dapat memfokuskan diri pada risiko masalah yang tidak aman, masalah pinjaman hutang yang berlebihan pada kartu kredit serta layanan konseling keuangan dan pengetahuan tentang penggunaan kartu

			yang terbagi menjadi pengguna kartu kredit dan non-pengguna kartu kredit di Bank of China.	kredit yang tepat untuk konsumen China.
15.	Credit Card Ownership and Usage Behaviour in Botswana. Godfrey Themba dan Clara. B. Tumedi (2012).	Penggunaan kartu kredit, Kepemilikan kartu kredit, Sikap terhadap hutang.	Kuantitatif. Desain penelitian deskriptif. Sampel kenyamanan adalah dipilih menggunakan teknik <i>mall-intersep</i> .	Hasil <i>chi-square</i> menunjukkan bahwa temuan ini tidak signifikan secara statistik. Hanya usia dan gender secara signifikan terkait dengan sikap terhadap utang di mana kaum muda dan perempuan lebih cenderung kelompok demografis lain memiliki sikap negatif terhadap hutang.

2.3 Kerangka berfikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran spesifik hubungan antar variabel yang diturunkan dari tujuan penelitian dan mengarah pada hipotesis yang diajukan. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, konsep penelitian dapat digambarkan seperti gambar berikut :

Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran



Sumber : Savitri Apriliyana Putri, 2017, hal. 39.

Berdasarkan konsep pemikiran diatas bahwa Perilaku Konsumtif dipengaruhi oleh norma subyektif dan *self control*. Data yang diperoleh merupakan jawaban hasil kuesioner yang diisi oleh nasabah muslim pengguna kartu kredit. Setelah memperoleh data, maka data tersebut diolah dengan SPSS dengan metode analisis regresi linier berganda. Setelah itu akan diperoleh data pengaruh norma subyektif dan *self control* terhadap perilaku konsumtif nasabah muslim pengguna kartu kredit di eks Keresidenan Surakarta.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan atau jawaban sementara dari permasalahan penelitian yang akan dibuktikan dengan data empiris (Tanjung, 2013). Maka berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Apriliyana Putri Savitri (2017)

memiliki hasil norma subyektif berpengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslimah pengguna kartu kredit. Untuk menguji pengaruh norma subyektif juga dilakukan oleh Ferinaldy, Muslikh, dan Nurul Huda (2019) yang memiliki hasil norma subyektif, berpengaruh signifikan terhadap intensi untuk menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chia-Lin Hsu, Chi-Ya Chang, Chutinart Yansritakul (2017), dengan hasil norma subyektif, berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen terhadap produk perawatan kulit hijau. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Kashifa, Anna Zarkadab dan Thurasamy Ramayahc (2016) dengan hasil norma subjektif, sangat mempengaruhi niat etis dari manajer layanan pelanggan.

Penelitian Maya Sari dan Rofi Rofaida (2011), ini menghasilkan ada pengaruh positif dan signifikan norma subjektif atas perilaku utang berisiko gagal bayar. Hal ini sesuai dengan penelitian Njo Anastasia dan Samiaji Santoso (2020), bahwa Norma subjektif secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan kartu kredit. Sehingga, hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel norma subyektif terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit.

Pada penelitian yang sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Apriliyana Putri Savitri (2017), yang menunjukkan bahwa *self control* memiliki pengaruh negatif yang signifikan secara parsial terhadap perilaku

konsumtif masyarakat Muslimah pengguna kartu kredit.. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Arsy Fitriani dan Partini (2016), yang memiliki hasil negatif dan sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Berbeda dari penelitian yang dilakukan Chia-Lin Hsu, Chi-Ya Chang, Chutinart Yansritakul (2017), dengan hasil persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen terhadap produk perawatan kulit hijau. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Kashifa, Anna Zarkadab dan Thurasamy Ramayahc (2016) dengan hasil persepsi kontrol perilaku sangat mempengaruhi niat etis dari manajer layanan pelanggan.

Hasil penelitian Ferinaldy, Muslikh, dan Nurul Huda (2019) menunjukkan bahwa kendali perilaku berpengaruh signifikan terhadap intensi untuk menggunakan uang elektronik. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Maya Sari dan Rofi Rofaida (2011), ini menghasilkan ada pengaruh positif dan signifikan kontrol perilaku atas perilaku utang berisiko gagal bayar. Hal ini didukung oleh penelitian Njo Anastasia dan Samiaji Santoso (2020), Norma subjektif secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan kartu kredit. Sehingga, hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H2 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *self control* terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2020 sampai dengan selesai. Tempat penelitian ini akan dilaksanakan di eks Keresidenan Surakarta dengan obyek penelitian yaitu nasabah muslim pengguna kartu kredit yang tersebar di wilayah eks Keresidenan Surakarta.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan menggunakan pendekatan ilmiah terhadap sisi negatif perilaku konsumtif. Pendekatan ini berawal dari data yang diproses menjadi informasi dan membuktikan teori, sehingga dapat menjadi bahan bagi penelitian. Data kemudian diproses menjadi informasi bermanfaat (Kuncoro, 2001).

Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei, data-data yang diperoleh dari kuesioner di lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik dengan bantuan program SPSS untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian kuantitatif adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek ataupun subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik

tertentu yang telah diterapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2007). Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah Muslim pengguna kartu kredit di eks Keresidenan Surakarta.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan untuk peneliti harus mempelajari semua yang ada pada populasi, yang disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2017). Ferdinand (2014) menyatakan bahwa sampel merupakan subset dari populasi yang terdiri dari anggota populasi. Subset ini diambil karena tidak memungkinkan apabila meneliti anggota populasi secara keseluruhan, oleh karena itu dibentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

Semakin besar jumlah sampel yang mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil, begitupun sebaliknya. Pada penelitian ini belum diketahui secara pasti jumlah nasabah Muslim pengguna kartu kredit di Eks Keresidenan Surakarta, sehingga dalam penentuan ukuran sampel penelitian ini menggunakan rumus *Cochran* dalam Sugiyono (2017), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

$$n = 100$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5%

q = peluang salah 50% = 0,5 %

e = standar error (10%)

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,04 = 100$ orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan menggunakan metode *insidental sampling*, Teknik pengambilan sampel dengan *non-probability sampling* adalah suatu teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota untuk dipilih sebagai sampel.

Sedangkan metode yang digunakan adalah metode *insidental sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2007). Dimana responden yang cocok dengan sumber data dalam penelitian ini adalah nasabah muslim pengguna kartu kredit di eks Keresidenan Surakarta.

3.4 Data dan Sumber Data

Data merupakan sekumpulan informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan. Pada penelitian ini, data diperoleh dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan data pertama yang dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada sejumlah responden (Sanusi, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah muslim pengguna kartu kredit.

2. Data Sekunder

Menurut Sanusi (2013) data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan yang telah dikumpulkan oleh orang lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, jurnal, dan berbagai artikel-artikel terpercaya dari internet yang sesuai dengan penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) teknik pengumpulan data merupakan suatu teknik yang digunakan pada saat melakukan penelitian dengan tujuan untuk menemukan potensi dan masalah. Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Kuesioner

Sugiyono (2017) mendefinisikan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan atau pernyataan yang berpedoman pada indikator-indikator variabel penelitian, kemudian ditujukan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, penulis memberikan kuesioner secara langsung ke lapangan serta membuat google form untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan.

Bentuk kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, dimana pertanyaan dan jawaban diberi bobot nilai. Seperti berikut ini:

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur terdahulu mengenai penelitian ini dan menjadikannya sebagai sumber rujukan dan pustaka.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh

informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Berdasarkan hubungannya, variabel dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Norma Subyektif (X1) dan *Self Control* (X2).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain, namun suatu variabel tertentu dapat sekaligus menjadi variabel bebas dan variabel terikat (Hasan, 2004). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Perilaku Konsumtif (Y).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Norma Subyektif (X1)	Norma Subyektif adalah gagasan yang diterima dari kelompok referensi yang berpendapat bahwa sebaiknya atau tidak sebaiknya berperilaku	Indikator diukur dengan: a. <i>Normative Belief</i> (keyakinan normatif) b. <i>Motivation to Comply</i> (motivasi mematuhi) (Ajzen, Icek dan Driver,

		konsumtif (Rochmawati, 2013).	1991).
2	<i>Self Control (X3)</i>	<i>Self Control</i> adalah kondisi dimana orang percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit dilakukan untuk memutuskan berperilaku konsumtif (Eriyani Wiyono, 2012).	Indikator <i>self control</i> meliputi: a. <i>Behavioral Control</i> (Kontrol Perilaku) b. <i>Cognitive Control</i> (Kontrol Kognitif) c. <i>Decisional Control</i> (Mengontrol Keputusan) (Averill, 1973).
4.	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku Konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Savitri Apriliyana Putri, 2017).	Indikator perilaku konsumtif: a. <i>Impulsive</i> (Berlebihan) b. <i>Non-Rational</i> (Bermewah-mewahan) c. <i>Wasteful</i> (Boros) (Engel J F, Blackwell R D, 1994)

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Uji validitas ini dapat dihitung menggunakan SPSS 22.0 dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$ (Sanusi, 2013). Apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat diartikan bahwa kuesioner tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ini merupakan suatu alat untuk menunjukkan konsistensi atas hasil pengukuran data sama dalam kurun waktu yang berbeda dengan rentang waktu bersamaan ataupun berlainan (Sanusi, 2013). Suatu kuesioner dapat dikatakan sebagai kuesioner yang reliabel apabila jawaban dari responden atas pertanyaan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Dimana uji reliabilitas ini dapat diukur berdasarkan nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60 (Sugiyono, 2007).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linier berganda yang akan digunakan dalam menganalisis serta apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah data berdistribusi normal atau tidak. Tingkat kenormalan data sangat penting, karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Dapat dilihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka residual pada model regresi tersebut terdistribusi secara normal.

Suatu data yang diidentifikasi terdistribusi secara normal dapat juga dilihat dari nilai Kolmogorov-Smirnov. Suatu sebaran dikatakan terdistribusi normal apabila nilai residual yang dihasilkan $> 0,05$ (Ghozali, 2013).

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji ada tidaknya kolinieritas yang tinggi antar variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Dimana pengujian antar variabel tertentu menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), atau dengan melihat nilai *Tolerance* dan *condition index* (CI). Apabila nilai $VIF < 10$, $Tolerance > 0,1$ dan nilai *condition index* (CI) < 30 maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi kolinieritas antar variabel bebas pada model regresi tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan teknik uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu dengan residual yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Apabila pada grafik scatterplot tidak ada pola yang jelas, serta titik–titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3.8.3 Uji Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Bertujuan untuk menguji hubungan antara dua

atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Suhartanto, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yakni norma subyektif dan *self control*. Sementara yang menjadi variabel dependen yakni perilaku konsumtif. Persamaan regresi linier berganda yang dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yaitu perilaku konsumtif

a = Konstanta

β = Koefisien dari variabel bebas (X)

X_1 = Variabel Norma Subjektif

X_2 = Variabel *Self Control*

e = Standar error

3.8.4 Uji Ketepatan Model

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk apakah variabel independen ($X_1 X_2$) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y). Prosedur pengujiannya setelah melakukan perhitungan dengan F hitung. Kemudian nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel. Kriteria pengambilan keputusannya seperti berikut :

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya semua variabel independen serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya semua variabel dependen serentak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Menunjukkan sejauh mana hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen atau dengan kata lain, untuk mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Rangkuti, 2002). Jika nilai R^2 mendekati satu, maka variabel-variabel independen mencakup semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependennya.

3.8.5 Uji t (Uji Hipotesis)

Uji parsial (t test) ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y (Ghozali, 2013). Kriteria pengambilan keputusannya yaitu :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ H_0 ditolak. Maka terdapat pengaruh variabel X secara menyeluruh terhadap variabel Y.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ H_0 diterima. Maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara menyeluruh terhadap variabel Y.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh norma subyektif dan *self control* terhadap perilaku konsumtif nasabah muslim pengguna kartu kredit eks Keresidenan Surakarta. Penelitian ini difokuskan pada nasabah muslim pengguna kartu kredit di eks Keresidenan Surakarta yang meliputi wilayah Surakarta, Boyolali, Karanganyar, Sukoharjo, Wonogiri, Sragen, dan Klaten. Dengan jumlah penduduk beragama Islam 6.885.781 jiwa yaitu mencapai (94,78%) dari total keseluruhan penduduk 7.265.313 jiwa.

Secara umum, rata-rata konsumsi masyarakat eks Keresidenan Surakarta per kapita terus meningkat dari tahun ke tahun baik menurut harga berlaku maupun harga konstan. Pada tahun 2015 konsumsi rumah tangga per kapita sebesar 24,16 juta rupiah yang artinya setiap penduduk rata-rata mengeluarkan biaya sebesar 24,16 juta rupiah selama setahun untuk konsumsi, baik dalam bentuk makanan maupun bukan makanan (sandang, perumahan, pendidikan, kesehatan dan lain-lain). Pengeluaran tersebut terus meningkat setiap tahun hingga pada tahun 2019 rata-rata konsumsi per kapita mencapai 29,99 juta rupiah.

Demikian halnya dengan impor mempunyai peran yang relatif besar, karena permintaan domestik masih dipenuhi oleh produk dari luar eks Keresidenan Surakarta. Hal ini menunjukkan tingginya konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat bahkan untuk berbagai produk yang berasal dari luar kota bahkan

luar negeri sekalipun. Banyaknya pilihan barang-barang yang berada di pasar mendorong seseorang untuk meningkatkan konsumsinya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih cenderung mengutamakan utilitas ketimbang mashlahah. Islam mengajarkan untuk hidup sederhana tidak bersifat *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (sia-sia). Sehingga konsumsi yang dikeluarkan oleh umat Islam harus sesuai dengan kebutuhan bukan karena memperturutkan hawa nafsu.

Kepemilikan kartu kredit memberikan banyak keuntungan ataupun bonus yang diberikan, baik untuk pemilik langsung kartu kredit maupun beberapa orang dari anggota keluarganya. Peneliti berasumsi sewaktu melakukan penelitian di lapangan. Kepemilikan dan jumlah kartu kredit yang dimiliki seseorang, dapat menggambarkan bagaimana aktifitas belanjanya dalam kehidupan sehari-hari. Nasabah pengguna kartu kredit mengaku kartu kredit memberikan dampak positif dan negatif dalam penggunaannya.

Dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna kartu kredit cukup besar merasakan dampak negatif dari penggunaan kartu kredit dibandingkan dampak positifnya, karena mayoritas pengguna kartu kredit di eks Keresidenan Surakarta menyatakan bahwa kartu kredit merubah perilaku mereka ke arah yang negatif. Dampak terbesar yang dirasakan adalah semakin konsumtif dalam kehidupan sehari-hari setelah menggunakan kartu kredit dan selalu terdorong untuk berbelanja bila mesin gesek kartu kredit tersedia. Sebagian besar diantara mereka menjawab dengan memiliki kartu kredit seperti saat sekarang ini, merasa semakin mudah bertransaksi sewaktu melakukan pembayaran dengan nominal yang cukup tinggi, karena kepraktisannya semakin mudah melakukan pembayaran tanpa

membawa uang tunai lagi dan bahkan ada yang menjawab dengan menggunakan kartu kredit, penggunaanya dapat membantu keluarga dan merasa keadaan ekonomi semakin membaik.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Responden

Penelitian skripsi ini dilaksanakan selama 7 bulan yaitu mulai dari bulan Februari sampai dengan bulan September tahun 2020, dengan mendatangi nasabah langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan 100 sampel responden, diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin. Dikarenakan jumlah nasabah muslim pengguna kartu kredit yang sangat besar dan tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlahnya yang tersebar di eks Keresidenan Surakarta.

Adapun jenis dan metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian skripsi ini, terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data-data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, yakni para nasabah Muslim yang menggunakan kartu kredit di eks Keresidenan Surakarta, yang pertama melalui kuesioner, yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis yang harus dijawab responden dan mengisi sendiri kuesioner yang diberikan. Kuesioner akan diberikan kepada responden nasabah bank yang menggunakan kartu kredit.

Sampel yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner sejumlah 108 melalui pengisian kuesioner secara online melalui google form dengan rentang waktu pengisian 20 September 2020 s/d 25 September 2020. Pengisian kuesioner

online dapat diakses pada link berikut <http://bit.ly/KuesionerKartuKredit> yang disebarakan melalui media sosial seperti *group chat* Whatsapp dan memanfaatkan aplikasi Instagram. Dari hasil pengisian kuesioner melalui google form dari jumlah 108 responden yang mengisi, diambil sejumlah 83 jawaban responden yang memenuhi kriteria. Sedangkan untuk perolehan secara langsung sampel didapat mulai bulan Juli s/d September 2020 peneliti mendapatkan sejumlah 18 sampel. Dan dari hasil penyebaran kuesioner secara langsung sejumlah 17 telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 sampel.

Penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan secara langsung di beberapa pusat perbelanjaan modern yang ada di eks Keresidenan Surakarta seperti Mall dan Restoran. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa banyaknya perbelanjaan modern dan tempat publik dan layanan masyarakat lainnya yang ada di eks Keresidenan Surakarta memberikan pengaruh cukup besar terhadap aktifnya dalam menggunakan kartu kredit. Nasabah Muslim pengguna kartu kredit yang dijadikan peneliti sebagai sampel dalam penelitian ini menjawab bahwa, fasilitas mesin gesek kartu kredit yang disediakan perbelanjaan modern yang ada mempermudah untuk melakukan pembayaran dengan kartu kredit walaupun membawa uang tunai sewaktu belanja.

Metode pengumpulan data sekunder yang dipakai dalam penelitian skripsi ini data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan oleh orang lain selanjutnya diolah lebih lanjut untuk dipublikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah 1) Data yang diperoleh secara tidak langsung

berbentuk bahan-bahan kepustakaan, seperti buku literatur, internet, jurnal, tesis dan bacaan lain dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian. 2) Studi pustaka, yaitu pengumpulan data sekunder dengan mengumpulkan dan mempelajari informasi yang diperoleh dari buku-buku literatur, jurnal, website, dan artikel.

Data dan informasi yang didapatkan dari lapangan oleh penulis, dengan cara: mengumpulkan, merangkum, menggolongkan, menganalisa dan menginterpretasikan, dan mengolah data yang diperoleh langsung dari lapangan, sehingga memberikan gambaran dan keterangan yang lengkap tentang masalah yang dihadapi. Dari uraian data yang diperoleh, diharapkan peneliti dapat menggambarkan dengan kata-kata atau kalimat, bagaimana perilaku nasabah Muslim eks Keresidenan Surakarta dalam menggunakan kartu kredit. Kemudian menghitung dan menjumlahkan total jawaban dari seluruh responden yang diteliti, untuk dijadikan dalam bentuk persen (%) sehingga dapat menarik kesimpulan.

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini antara lain usia, jenis kelamin, penghasilan perbulan, dan pengeluaran perbulan. Dengan kriteria responden nasabah muslim pengguna kartu kredit yang berada di wilayah eks Keresidenan Surakarta. Dengan karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Usia

Pengelompokan responden berdasarkan kategori usia dibedakan menjadi empat bagian, yaitu < 30 tahun, 30 - 40 tahun, dan > 40 tahun.

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	< 30 Tahun	79	79%
2	30-40 Tahun	13	13%
3	> 40 Tahun	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa nasabah muslim pengguna kartu kredit berdasarkan usia yang paling dominan adalah responden dengan rentang usia < 30 tahun dengan jumlah persentase sebesar 79% disusul dengan kelompok responden dengan rentang usia 30 - 40 tahun sebesar 13%. Hal ini dikarenakan masyarakat yang berumur < 30 tahun dan 30-40 tahun lebih mudah dijumpai dan lebih banyak yang menggunakan kartu kredit dibandingkan masyarakat dengan kelompok umur > 40 tahun. Karena semakin bertambah usia seseorang, maka semakin rasional dalam berpikir, contohnya perilaku melakukan pembelian produk dengan memikirkan dengan matang terlebih dahulu (Arafia, 2011). Semakin matang usia seseorang maka perilaku penggunaan kartu kredit akan berkurang. Gaya hidup mewah atau konsumtif biasanya dilakukan oleh kaum muda. Sehingga usia > 40 tahun tidak mendominasi.

2. Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan kategori jenis kelamin yang terdiri dari laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	32	32%
2	Perempuan	68	68%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari 100 responden. dilihat bahwa nasabah muslim pengguna kartu kredit berdasarkan jenis kelamin adalah mayoritas perempuan yaitu 68% dan sisanya adalah laki-laki yaitu 32%. Mayoritas muslim pengguna kartu kredit di Eks Keresidenan Surakarta adalah perempuan. Hal ini dapat disebabkan karena perempuan lebih sering menggunakan kartu kredit dibandingkan laki-laki. *Strereotype* menempatkan perempuan lebih boros dan gemar berbelanja dibandingkan laki-laki. Bahkan terdapat anggapan bahwa perempuan memang terlahir sebagai makhluk yang suka berbelanja (Lina dan Rosyid, 1997).

3. Penghasilan

Pengelompokan responden berdasarkan kategori penghasilan tiap bulan dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu:

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Presentase
1	< Rp 4.000.000	72	72%
2	Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	15	15%
3	> Rp 5.000.000	13	13%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa dari hasil kuesioner yang diperoleh, masyarakat muslim yang menjawab memiliki kartu kredit adalah kelompok responden yang memiliki penghasilan tiap bulannya sebesar < Rp 4.000.000,00 dengan jumlah persentase sebesar 72%. Menurut hasil wawancara dengan beberapa responden kemudahan pengajuan kartu kredit yaitu hanya dengan persyaratan fotocopy KTP atau KK dan slip gaji, menjadi salah satu alasan mengapa meskipun dengan pendapatan standar masyarakat bisa memiliki kartu kredit. Bahkan setiap bank atau lembaga keuangan berusaha untuk mendapatkan pengguna kartu kredit sebanyak mungkin dengan persyaratan yang semakin mudah dan ringan, serta banyak kita jumpai gerai penawaran kartu kredit ada di berbagai pusat perbelanjaan.

Seseorang akan melakukan kredit ketika pendapatan mereka lebih rendah dari yang diharapkan dan menyimpan uang ketika pendapatan lebih tinggi dari yang diharapkan (Friedman, 1957). Duesenberry (1949) menyatakan

seseorang cenderung membandingkan diri dengan kebiasaan konsumsi orang lain jika mereka memiliki lebih sedikit sumber pendapatan, sehingga mereka mencoba mengatasi kesenjangan keuangan dengan cara kredit (Hollander, 2001). Sedangkan menurut Linda Aryani & Katarita (2012), kelompok orang berpenghasilan standar lebih banyak menggunakan kredit untuk mengimbangi gaya hidup orang yang memiliki penghasilan tinggi.

4. Perkiraan Pengeluaran

Pengelompokan responden berdasarkan kategori perkiraan pengeluaran tiap bulan dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu:

Tabel 4.4
Data Responden Berdasarkan Perkiraan Pengeluaran

No	Pengeluaran	Frekuensi	Presentase
1	< Rp 2.000.000	66	64%
2	Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	29	29%
3	> Rp 4.000.000	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat pengelompokan responden berdasarkan perkiraan pengeluaran tiap bulan memberikan informasi bahwa responden dengan pengeluaran < Rp 2.000.000 sebanyak 66%, responden dengan pengeluaran Rp. 2.000.000,00- Rp.4.000.000 sebanyak 29%, dan terakhir responden dengan pengeluaran > Rp. 4.000.000 sebanyak 5%.

Perkiraan pengeluaran tiap bulan didominasi oleh kelompok responden dengan pengeluaran < Rp. 2.000.000 dengan persentase sebesar 64%.

5. Nasabah Kartu Kredit Pada Bank

Dalam data Bank Indonesia ada 26 bank penerbit kartu kredit yang tersebar di Indonesia. Namun Bank Indonesia tidak memiliki data resmi untuk bank apa saja yang menerbitkan kartu kredit di wilayah eks Keresidenan Surakarta. Berdasarkan data yang dikumpulkan penulis lembaga perbankan penerbit kartu kredit yang ada di Kota Surakarta ada 18. Berikut adalah daftar bank yang menerbitkannya:

Tabel 4.5
Data Responden Berdasarkan Pengguna Kartu Kredit

No	Nama Bank	Frekuensi	Presentase
1	Bank Bukopin	-	0%
2	Bank ICB Bumiputera	-	0%
3	BCA	9	9%
4	Bank CIMB Niaga	4	4%
5	Bank Danamon	1	1%
6	Maybank	1	1%
7	Bank Mandiri	9	9%
8	Bank Mega	5	5%
9	BNI	9	9%
10	PAN Indonesia Bank	-	0%
11	BRI	49	49%
12	Bank Permata	-	0%
13	Bank DBS	-	0%
14	Bank HSBC	-	0%
15	Bank OCB NISP	-	0%
16	Bank UOB	-	0%
17	BNI Syariah	7	7%
18	Bank Sinarmas	-	0%
19	Lain-lain	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat pengelompokan responden berdasarkan nasabah pengguna kartu kredit pada bank memberikan informasi bahwa responden dengan pengguna kartu kredit pada bank BRI mendominasi yaitu sebanyak 49% dan responden dengan nasabah pengguna kartu kredit pada bank lain-lain adalah bank yang tidak disebutkan dalam daftar bank oleh penulis sebanyak 2%.

4.2.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir pertanyaan dari hasil kuesioner. Uji ini dapat dihitung menggunakan SPSS 22.0 dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$ (Sanusi, 2013). Jika r hitung $>$ r tabel berarti (butir soal) valid dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel berarti (butir soal) tidak valid. Dengan demikian, jika r hitung $>$ 0,197 berarti pernyataan tersebut valid, dan jika r hitung $<$ 0,197 berarti tidak valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Variabel	Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
1	Norma Subyektif	(X1.1)	0,403	0,197	Valid
		(X1.2)	0,466		Valid
		(X1.3)	0,717		Valid
		(X1.4)	0,542		Valid
		(X1.5)	0,603		Valid
		(X1.6)	0,700		Valid

Tabel berlanjut

Lanjutan Tabel 4.6

No	Variabel	Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
2	<i>Self Control</i>	(X2.1)	0,831	0,197	Valid
		(X2.2)	0,763		Valid
		(X2.3)	0,570		Valid
		(X2.4)	0,766		Valid
		(X2.5)	0,729		Valid
		(X2.6)	0,830		Valid
		(X2.7)	0,809		Valid

Sumber : Data primer diolah (2020)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif	(Y1.1)	0,837	0,197	Valid
	(Y1.2)	0,836		Valid
	(Y1.3)	0,753		Valid
	(Y1.4)	0,879		Valid
	(Y1.5)	0,802		Valid
	(Y1.6)	0,794		Valid
	(Y1.7)	0,774		Valid

Sumber : Data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.6 dan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel norma subyektif (X1), *self control* (X2) dan perilaku konsumtif (Y) memiliki korelasi nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,197 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan dari setiap indikator adalah valid dan data yang diperoleh layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan sebagai kuesioner yang reliabel apabila jawaban dari responden atas pertanyaan tersebut konsisten dari waktu ke

waktu. Dimana uji reliabilitas ini dapat diukur berdasarkan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ (Sugiyono, 2007).

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
1	Norma Subyektif	0,604	0,60	Reliabel
2	<i>Self Control</i>	0,866	0,60	Reliabel
3	Perilaku Konsumtif	0,912	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (2020)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ketiga variabel tersebut $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel atau konsisten.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

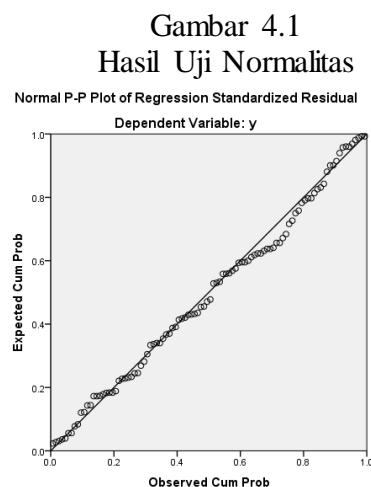
Uji normalitas data dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah data berdistribusi normal atau tidak. Tingkat kenormalan data sangat penting, karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Metode One Sample Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.13722620
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.040
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data primer diolah (2020)

Dari hasil uji normalitas di atas dapat diketahui dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov test sudah menunjukkan distribusi normal pada model yang digunakan dengan nilai signifikan (Asymp. Sig 2-tailed) sebesar 0,200. Karena signifikansi $> 0,05$, maka residual bertistribusi normal. Selain menggunakan tabel pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik, hasil uji normalitas tampak seperti pada gambar 4.1



Sumber : Data primer diolah (2020)

Distribusi data yang normal akan membentuk garis lurus diagonal dan apabila data berdistribusi normal, maka distribusi data yang ditunjukkan akan mengikuti alur garis diagonal. Dapat dilihat pada gambar diatas titik-titik yang tergambar berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada tabel regresi ada korelasi antara variabel penjelas atau bebas Mendeteksi multikolinearitas dilakukan dengan melihat hasil tolerance dan VIF. Apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Norma Subyektif	0,998	1,114	Bebas Multikolonieritas
<i>Self Control</i>	0,998	1,114	Bebas Multikolonieritas

Sumber : Data primer diolah (2020)

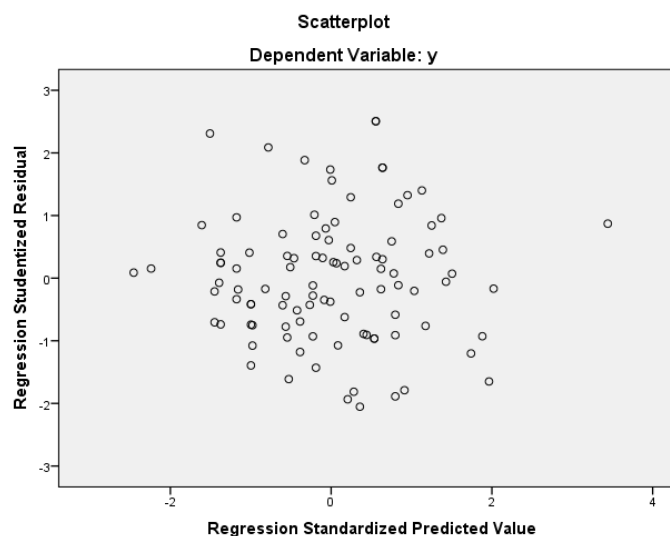
Hasil uji multikolonieritas pada tabel 4.10 terlihat bahwa tidak terjadi masalah multikolonieritas pada masing-masing variabel bebas dimana nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya tetap maka terjadi homoskedastisitas. Jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan yaitu :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik - titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer diolah (2020)

Dari gambar dalam penelitian dapat dilihat bahwa nilai-nilai residunya menyebar secara acak, tidak beraturan dan tidak membentuk pola sebaran tertentu atau tidak berpola sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.010	.011		.900	.370
x1_2	-8.221E-6	.000	-.114	-.733	.465
x2_2	.099	.101	.154	.987	.326

Sumber : Data primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji gletser tersebut diketahui bahwa nilai sig pada masing-masing variabel $> 0,05$ ini menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada ketiga variabel independen.

4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen seperti norma subyektif dan *self control* terhadap variabel dependen yakni perilaku konsumtif. Hasil dari uji regresi linier berganda dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.519	4.861		4.221	.000
x1	.606	.188	.314	3.223	.002
x2	-.553	.138	-.389	-3.995	.000

Sumber : Data primer diolah (2020)

Dari hasil analisis regresi linier berganda diatas, diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 20,519 + 0,606X_1 + -0,553X_2$$

Interpretasi:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 20,519 artinya jika Norma Subyektif (X1) dan *Self Control* (X3) nilainya konstan, maka Perilaku Konsumtif (Y) nilainya sebesar 20,519.
- 2) b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,606 artinya jika Norma Subyektif (X1) mengalami kenaikan satu-satuan, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,606 atau meningkat sebesar 60,6% dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
- 3) b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar -0,553 artinya *Self Control* (X2) mengalami kenaikan satu-satuan, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,553 atau menurun sebesar 55,3% dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

4.2.5 Uji Ketetapan Model

1. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05) Jika signifikansi F hitung lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. N = jumlah sampel; k = jumlah variabel dependen dan independen. $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$, untuk $df_2 = n-k = (100 - 2) = 98$. Maka diperoleh nilai f tabel = 3,09

Tabel 4.13
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	775.861	2	387.931	10.091	.000 ^b
Residual	3728.889	97	38.442		
Total	4504.750	99			

Sumber : Data primer diolah (2020)

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui F hitung atau F statistik sebesar 10,091 sedangkan F tabel 3,09. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa secara simultan F hitung > F tabel dan nilai signifikan pada tabel yaitu sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak yang artinya secara bersama-sama subyektif (x1) dan *self control* (x2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (y). sehingga hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima (terbukti).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.155	6.200

Sumber : Data primer diolah (2020)

Dari analisis pada tabel 4.14 diperoleh hasil R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,172 atau (17,2%) yang berarti bahwa pengaruh variabel Norma Subyektif (X1) dan Self Control (X2) terhadap Perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 17,2%% dan sisanya sebanyak 82,8% dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar model penelitian ini.

4.2.6 Uji t (Uji Hipotesis)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap dependen. Berikut data hasil uji t:

Tabel 4.15
Hasil Uji t (Uji Hipotesis)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.519	4.861		4.221	.000
x1	.606	.188	.314	3.223	.002
x2	-.553	.138	-.389	-3.995	.000

Sumber : Data primer diolah (2020)

a. Variabel Norma Subyektif

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel norma subyektif terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit.

Hasil analisis yang ditunjukkan tabel t untuk variabel norma subyektif diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,223 dan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha / 2; n-k-1) t = (0,025 : 98)$ sehingga diperoleh t tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hasil pengujian pada penelitian ini artinya H1 diterima. Pada penelitian ini berarti bahwa norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) nasabah muslim pengguna kartu kredit.

b. Variabel Self Control

H2 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel self control terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit

Hasil analisis yang ditunjukkan tabel t untuk variabel self control diketahui bahwa nilai t hitung -3,995 dan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha / 2; n-k-1) t=(0,025 : 98)$ sehingga diperoleh t

tabel 1,985. Nilai signifikansi yang didapat $0,000 < 0,05$ artinya H_2 diterima. Pada penelitian ini berarti bahwa terdapat hubungan negatif dan signifikan secara parsial dari *Self Control* (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) nasabah muslim.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)

4.3.1 Norma Subyektif berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif

Dari hasil uji regresi menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara norma subyektif dengan perilaku konsumtif dengan taraf signifikansi 0,002 ($<0,05$) dan koefisien korelasi sebesar 3,223. Sehingga hipotesis H_1 yang menyatakan “Variabel norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit” terbukti kebenarannya.

Nilai koefisien regresi positif artinya semakin tinggi norma subyektif maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif dan sebaliknya, semakin rendah norma subyektif maka semakin rendah pula perilaku konsumtif. Norma subyektif memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Norma subyektif menjadi salah satu pertimbangan utama seseorang dalam berperilaku konsumtif.

Norma Subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah Muslim pengguna kartu kredit, berarti semakin banyak interaksi yang dilakukan dalam suatu keluarga, kelompok atau teman akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian *impulsive* melalui informasi dan pengaruh yang diterima dari kelompoknya. Penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Sandy (2013), dalam penelitiannya bahwa keluarga dan teman merupakan salah satu kunci dalam pemberian informasi sekaligus pertimbangan dalam pengambilan keputusan saat melakukan pembelian suatu produk.(Sandy, 2013).

Norma subyektif merupakan komponen yang berisikan keputusan yang dibuat dibuat oleh individu, setelah mempertimbangkan pandangan orang lain yang mempengaruhi perilaku (Mowen dan Minor, 2002). Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Savitri (2017) menyimpulkan bahwa perilaku orang berbelanja ditentukan juga oleh *subjective norm* (norma subjektif) yang merupakan sejauh mana Muslimah memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang lain terhadap perilaku yang akan dilakukannya (Savitri, 2017). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Durmaz menyimpulkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi tidak hanya oleh kepribadian-kepribadian konsumen dan motivasi, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan di dalam keluarga dan teman sebaya (Durmaz, 2014).

Sikap orang berbelanja ditentukan juga oleh norma subjektif yang merupakan sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang lain terhadap perilaku yang akan dilakukannya. Norma subjektif yang terjadi dapat berupa keluarga menganggap lebih baik jika seseorang tidak melakukan pembelian dengan menggunakan kartu kredit yang mengarah ke perilaku konsumtif, teman yang memengaruhi perilaku mempertimbangkan hal yang baik jika seseorang membeli produk yang hanya diperlukan saja, dan anggota keluarga serta teman yang mempengaruhi perilaku dengan ajakan dari

rekomendasi dan informasi untuk menyetujui Muslimah melakukan pembelian *impulsive* (Savitri, 2017). Namun, seseorang merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan dan dapat ditentukan oleh orang lain disekitarnya, maka dia akan merasa bahwa pandangan orang tentang perilaku yang akan dilakukannya adalah sesuai, sehingga akan melakukan maupun tidak melakukan pembelian *impulsive* yang mengarah pada perilaku konsumtif (Ajzen, 2005).

4.3.2 Self Control berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$) dan koefisien korelasi sebesar -3,995. Sehingga hipotesis H2 yang menyatakan “Variabel *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit” terbukti kebenarannya.

Nilai koefisien regresi positif artinya Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya, semakin rendah *self control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Seseorang dengan *self control* yang baik akan mampu untuk mengontrol perilaku konsumtif tersebut dengan membedakan kebutuhan dan keinginan

Berdasarkan hasil penelitian Fitriani & Partini (2016) diperoleh hasil nilai koefisien (r) sebesar -0,599 dengan nilai sig = 0,000 dengan demikian nilai sig. $< 0,05$. artinya ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk fashion online shopping. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah

perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya (Fitriani & Partini, 2016).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Regina (2015) dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *self-control* terhadap perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* dengan nilai negatif koefisien korelasi yang artinya semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya (Regina, 2015). Penelitian lain mengenai *self control* dan perilaku konsumtif oleh Anggraeni & Mariyanti (2014) terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, semakin kuat kontrol diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa tersebut, sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa (Anggraini & Mariyanti, 2014).

Menurut Chaplin *self control* adalah kemampuan untuk membimbing tingkah lakunya sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku yang impulsif (Chaplin, 2002). Teori *self-control* tentang faktor internal dari *self-control* juga menyatakan bahwa semakin bertambahnya usia seseorang maka akan semakin baik kontrol dirinya, individu yang matang secara psikologis juga akan mampu mengontrol perilakunya karena telah mampu mempertimbangkan mana hal yang baik dan yang tidak baik bagi dirinya (Batubara, 2010). Seseorang dengan kontrol diri yang tinggi akan melihat dirinya mampu mengontrol segala hal yang menyangkut perilakunya, begitu juga dengan sebaliknya apabila kontrol dirinya rendah, maka individu tersebut tidak mampu

untuk mengontrol segala hal yang menyangkut dengan perilakunya (Adeonalia, 2002).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari norma subyektif dan *self control* terhadap perilaku konsumtif pada nasabah Muslim pengguna kartu kredit. Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil analisis dan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel norma subyektif (X1) adalah nilai t hitung sebesar 3,223 nilai t tabel sebesar 1,985. Karena nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, maka H1 diterima yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari variabel norma subyektif (x1) terhadap perilaku konsumtif (y) nasabah Muslim pengguna kartu kredit.
2. *Self control* (X2) adalah nilai t hitung sebesar -3,995 t tabel sebesar 1,985. Karena nilai signifikansi $0,048 < 0,05$ maka H2 diterima yakni terdapat hubungan negatif dan signifikan secara parsial dari *self control* (x2) terhadap perilaku konsumtif (y) nasabah Muslim pengguna kartu kredit.

5.2. Keterbatasan Peneliti

1. Variabel independen yang digunakan oleh penulis pada penelitian hanya berjumlah 2 variabel yaitu variabel norma subyektif dan *self control*, serta masih banyak variabel diluar kedua variabel tersebut yang

kemungkinan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif nasabah muslim pengguna kartu kredit

2. Penulis hanya menggunakan sampel nasabah Muslim pengguna kartu kredit di eks Keresidenan saja sebagai objek penelitian.
3. Adanya wabah virus *covid-19* membuat penyebaran kuesioner lebih banyak menggunakan google formulir, kemungkinan pendapat responden tidak tertuang secara nyata.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil dan analisis yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk pengguna kartu kredit secara umum, khususnya nasabah muslim agar terhindar dari perilaku konsumtif diharapkan dapat mempertahankan sifat tidak mudah terpengaruh persepsi norma subyektif dan faktor-faktor lain yang mengarah ke perilaku konsumtif dengan cara meningkatkan *self control*
2. Selain dua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat faktor lain sebesar 82,8% yang memengaruhi perilaku konsumtif nasabah muslim pengguna kartu kredit yang tidak diteliti. Sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain untuk menguji perilaku konsumtif pada pengguna kartu kredit menggunakan sampel yang lebih besar dan wilayah penelitian yang lebih luas lagi sehingga data yang dihasilkan lebih akurat, sekaligus menjelaskan faktor lain yang menjadi penjelas yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal & Karya Ilmiah

- Abdelrahmann, O. (2011). *Consumer search and switching behavior: evidence from the credit card market*.
- Adeonalia, G. (2002). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecanduan Internet*.
- Ahmad Fadlan Lubis, I. L. (2012). Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu Kredit di Kota Medan. *Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1), 23.
- Ajzen, Icek dan Driver, B. . (1991). Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative and Control Beliefs: An Application of Theory of Planned Behavior. *Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative and Control Beliefs: An Application of Theory of Planned Behavior*, 13, 185–204.
- Anastasia, Njo dan Santoso Samiaji. (2020). “Effects of Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Risk, and Perceived Usefulness towards Intention to Use Credit Cards in Surabaya, Indonesia”. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601032>.
- Andryani, D., & Kurniawati. (2015). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control Pelanggan Non-Muslim Terhadap Intention To Purchase. *Seminar Nasional Cendekiawan*, 674–681.
- Anggraini, R. & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(21), 34–42.
- Anggraini, Reni dan Soenhadji, I. M. (2016). Pengaruh Gaya Hidup dan Pemanfaatan Teknologi (E-Banking) Terhadap Kepemilikan Kartu Kredit Serta Dampaknya pada Sikap Pengguna. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi) 2016*, 1–5.
- Aprilia, D. dan H. (2013). Jurnal Sosiologi. *Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif*, 72–86. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Arafia. (2011). Perbedaan perilaku konsumtif pada pria kelompok usia remaja, dewasa awal, dan dewasa madya di Sinoman Salatiga. *Universitas Kristen Satya Wacana*.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di kota Samarinda. *EJournal Psikologi*, 1(2), 148–156. Retrieved from <http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/site/wp->

content/uploads/2013/09/Jurnal (09-06-13-04-35-44).pdf

- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80, 286–303.
- Awan, H. M., Siddiquei, A., & Haider, Z. (2015). *Management Research Review*, 38(2). <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2013-0185>.
- Batubara JRL. “Adolescent development (Perkembangan Remaja)”. *Jurnal Sari Pediatri*. 2010;12 (1), 219.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. Reflections and Reviews. *Consumer Research*, 28, 670–676.
- Bunga Ayu Lestari, B. S. dan I. M. (2015). Minat Kepemilikan Kartu Kredit (Studi Kasus Kota Bogor). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 143–151. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.1.143>
- Chita, R. C. M. (2015). Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online shopping produk Fashion pada Mahasiswa Fak. Kedokteran Universitas SAM RATULANGI Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1), 301.
- Dharmmesta, S, B. dan Handoko, H. . (2000). Analisa Perilaku Konsumen. In *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Durmaz, Y. (2014). The Influence of Cultural Factors on Consumer Buying Behaviour and an Application in Turkey. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 14(1).
- Engel J F, Blackwell R D, M. P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Eriyani Wiyono. (2012). Pengaruh Sikap, Persepsi Kontrol Perilaku, Dan Norma Subjektif Pada Niat Beli Kosmetik Organik: Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Fokus Manajerial*, 11(2), 140–154.
- Ferinaldy., Muslikh., dan Huda, Nurul. (2019). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik*, Vol 11. No.4
- Fitriyani, N., Presetyo, Budi Widodo, D., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Friedman, M. A. (1957). *Theory of the Consumption Function*. NJ: Princeton University Press.

- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (p. B). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. & R. R. (2010). Teori-teori psikologi. In *Teori-teori psikologi* (p. 22). Jogjakarta: Ar-Ruz Media.
- Gunawan, M. dan, & Linawati, N. (2013). Analisa Faktor yang Berhubungan dengan Pertimbangan Cost and Benefit Kartu Kredit. *Finesta*, Vol. 1, pp. 79–84. Retrieved from <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-keuangan/article/view/1177>
- G Wijayanto, Y Suryana, YM Oesman, A Helmi, 2019, “*The Influence of Self-Concept in Using Credit Card on Its Decision to Use*”. *Journal of Management Information and Decision Sciences* 22 (1), 55-69
- Hasanuddin, H. N. dan M. (2004). *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Bandung: Kaki Langit.
- Heinz, H. (2001). On the validity of utility statements: standard theory versus Duesenberry's. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 3(45), 227–249.
- Heni, S. A. (2013). Hubungan Antara kontrol diri dan syukur dengan perilaku Konsumtif pada remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *Universitas Ahmad Dahlan*, 6.
- Hotpascaman. (2010). Hubungan antara perilaku konsumtif dengan konformitas pada remaja. -, 53.
- Idris dan Kasmu, A. B. P. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 306–332.
- Iqbal, S., & Ismail, Z. (2011). Buying Behavior: Gender and Socioeconomic Class Differences on Interpersonal Influence Susceptibility. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 55–66.
- Kristianti, D. S. (2014). Kartu Kredit Syariah Dan Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ilmu Syariah*, 14(2), 287–296. <https://doi.org/10.15408/ajis.v14i2.1287>
- Kuncoro, M. (2001). Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. In *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (p. 1). Yogyakarta: PP AMP YKPN.
- Lina, H. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. *Psikologika*.

- Mahyarni. (2013). Theory Of Reasoned Action dan theory Of Planned behavior. *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Histori Tentang Perilaku)*.
- Muntholib, A. (2012). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Kajian Keislaman Dan Pendidikan*, 1(1).
- Muslich, A. W. (2013). Fiqh Muamalat. In *Fiqh Muamalat* (p. 599). Jakarta: Amzah.
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology*.
- Sari, M. dan R. Rofaida. 2011. *Factors Affecting the Behavior of University Community to Use Credit Card. International Research Journal Of Business Studies*, 4 (3): 217-228
- Nur Arsy Fitriani dan Partini. (2016). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Omar, N.A. et al, (2014). "Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint". 10(1) *Intangible Capital*. 52-74.
- Onder, Kubra.(2015). The Effect of Credit Card Usage on Compulsive Buying. *AJIT-e Online Academic. Journal of Information Technology*, 27-40.
- Otto, P. E. (2011). Cognitive finance: Behavioral strategies of spending, saving and investing. *Cognitive Finance: Behavioral Strategies of Spending, Saving and Investing*, (January), 1–187.
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01).
- Peter, J.P., and J.C., O. (2000). Consumer Behavior and Marketing Strategy. In *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (p. 150). McGraw-Hill Inc.
- Pujiyono, A. (2005). Islamic Credit Card: Suatu Kajian terhadap Sistem Pembayaran Islam Kontemporer. *Dinamika Pembangunan*, 2(1), 68.
- Putri, R. A. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pengelolaan Utang Dengan Selfcontrol Sebagai Variabel Mediasi. *Artikel Ilmiah*.
- Quita, A.G.and Krisjanti.(2019), "Impulse Buying And Credit Card: Do They Walk Hand In Hand?".
- Rahman, A. (1995). Doktrin Ekonomi Islam. In *Dana Bhakti Wakaf Jilid 1* (pp. 91–92). Yogyakarta.

- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna, I. (2015). Jurnal marwah. *Marwah*, XIV No. 2, 202.
- Rochmawati, S. (2013). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsian Resiko, Persepsiam Kebermanfaatan Terhadap Niat Penggunaan Kartu Kredit. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.
- Sandy, B. (2013). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi Dimediasi Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2011. *Jurnal Pendidikan Ekonom*, 1(1).
- Savitri Apriliyana Putri. (2017). ed, (Singapore: McGraw Hill,1993). *Pengaruh Norma Subyektif, Religiusitas Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslimah Pengguna Kartu Kredit*.
- Subagyo, A. B. (2000). Bagaimana Memprakirakan dan Memahami Perilaku. In *Bagaimana Memprakirakan dan Memahami Perilaku* (1st ed.). Bandung: Lembaga Literatur Baptis.
- Sukma, Dewi. "Kartu Kredit Syariah dan Perilaku Konsumtif Masyarakat", *Jurnal Ahkam*: Vol. XIV, No. 2, (Juli 2014).
- Sulistiyawaty, R. (2012). *Perilaku konsumen dalam penggunaan kartu kredit di wilayah DKI Jakarta*.
- Syaparrudin. (2011). Prinsip-Prinsip Dasar AL-Qur'an tentang Perilaku Konsumsi. *Ulumuna*, XV(2).
- Themba Godfrey dan Tumedi Clara. B. (2012). Credit Card Ownership and Usage Behaviour in Botswana. *International Journal of Business Administration* 3(6). DOI: 10.5430/ijba.v3n6p60
- Tifani. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon. *Ilmiah PSYCHE*, 8(2), 90–100.
- Trinh, H.N., Tran, H.H. and Vuong, D.H.Q. (2020), "Determinants of consumers' intention to use credit card: a perspective of multifaceted perceived risk", *Asian Journal of Economics and Banking*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/AJEB-06-2020-0018>.
- Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.
- Tian Xia dan Yiming Li, (2014). "Consumer behaviour of credit card users-case:

Bank of China”.

Buku

- Anton, Moeliono, E. a. (1989). Kamus Besar Bahasa Indonesia cet II. In *Kamus Besar Bahasa Indonesia cet II*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Chaplin, JP. *Kamus Lengkap Psikologi*. Terjemahan Dr. Kartini Kartono. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002).
- D, S. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hasan, I. (2004). Analisis data penelitian dengan statistik. In *Analisis data penelitian dengan statistik* (pp. 12–13). Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kahf, M. (1995). Ekonomi Islam. In *Prosiding Penelitian SpesiA* (p. 17). Yogyakarta: pustaka pelajar.
- Mowen, John C dan Minor, Michael. *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002).
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2007). Metodologi Penelitian Bisnis. In *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. In *Metode Penelitian Bisnis* (p. 58). Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, H. (2013). Metodologi Penelitian Ekonomi Islam. In *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (p. 97). Jakarta: Gramata Publishing.

Peraturan Perundang-undangan

- Bank Indonesia. 2008. “PBI pasal 1 angka 4 nomor 10/8/PBI/2008 Tentang Pengertian Kartu Kredit”.

Internet

- Badan Pusat Statistik. (2020). Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan. 3 Februari 2020. www.surakartakota.bps.go.id
- Bank Indonesia (2016). Jumlah APMK Beredar. 4 Januari 2020. www.bi.go.id.
- www.bankdanamon.co.id

www.bankmandiri.co.id

www.bankmega.com

www.bni.co.id

www.bnisyariah.co.id

www.bri.co.id

www.banksinarmas.com

www.bca.co.id

www.bukopin.co.id

www.cimbniaga.co.id

www.dbs.id

www.hsbc.co.id

www.maybank.co.id

www.mncbank.co.id

www.ocbnisp.com

www.panin.co.id

www.permatabank.com

www.uob.co.id

Lampiran 2

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Saya Nur Maya Mitasari, mahasiswa S1 jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) dengan judul **“Pengaruh Norma Subyektif Dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Muslim Pengguna Kartu Kredit Eks Keresidenan Surakarta”**

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Berkaitan dengan hal tersebut, maka saya mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini sehingga dapat membantu melengkapi data yang saya perlukan untuk skripsi ini. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan kerjasamanya peneliti ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb,

Hormat saya,

Nur Maya Mitasari

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laki-laki	Perempuan
3. Usia :

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
< 30 tahun	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30-40 tahun	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> 40 tahun	<input type="checkbox"/>
4. Alamat:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Surakarta	Wonogiri
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Boyolali	Sragen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sukoharjo	Klaten
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Karanganyar	<input type="checkbox"/>
5. Nomor HP :
6. Penghasilan per bulan :

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
< Rp 4.000.000	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Rp 5.000.000	<input type="checkbox"/>
7. Pengeluaran per-bulan

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
< Rp 2.000.000	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Rp 4.000.000	<input type="checkbox"/>
8. Apakah anda nasabah muslim pengguna kartu kredit?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ya	Tidak
9. Anda menggunakan kartu kredit pada bank apa?

<input type="checkbox"/>	Bank Bukopin	<input type="checkbox"/>	Bank Permata
<input type="checkbox"/>	Bank ICB Bumiputera	<input type="checkbox"/>	Bank DBS
<input type="checkbox"/>	BCA	<input type="checkbox"/>	Bank HSBC
<input type="checkbox"/>	Bank CIMB Niaga	<input type="checkbox"/>	Bank OCB NISP
<input type="checkbox"/>	Bank Danamon	<input type="checkbox"/>	Bank UOB
<input type="checkbox"/>	Maybank	<input type="checkbox"/>	BNI Syariah
<input type="checkbox"/>	Bank Mandiri	<input type="checkbox"/>	Bank Sinarmas
<input type="checkbox"/>	Bank Mega	<input type="checkbox"/>	Lain-lain
<input type="checkbox"/>	BNI		
<input type="checkbox"/>	PAN Indonesia Bank		
<input type="checkbox"/>	BRI		

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia untuk menentukan seberapa setuju saudara/i mengenai pernyataan dibawah ini.

Keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Norma Subyektif

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Keluarga berpikir saya harus membeli barang yang hanya dibutuhkan dan perlukan saja					
2	Keluarga berpikir saya harus bijak menggunakan kartu kredit					
3	Saya dapat dengan mudah terpengaruh untuk menggunakan kartu kredit secara berlebihan untuk membeli sesuatu yang baru ketika keluarga juga mengambil dan merekomendasikannya					
4	Teman berpikir saya harus membeli barang yang hanya dibutuhkan dan perlukan saja					
5	Teman saya harus bijak menggunakan kartu kredit					
6	Saya dapat dengan mudah terpengaruh untuk menggunakan kartu kredit secara berlebihan untuk membeli sesuatu yang baru ketika Teman juga mengambil dan merekomendasikannya					

Self Control

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Memiliki inisiatif untuk menyimpan uang					
2	Selalu menyisihkan uang untuk menabung					
3	Tidak mudah terpengaruh iming-iming diskon yang ada					
4	Memiliki prioritas kebutuhan daripada keinginan					
5	Merasa tidak nyaman saat menggunakan kartu kredit untuk berbelanja berlebihan					
6	Merasa tidak nyaman berbelanja tanpa perencanaan					
7	Tidak nyaman atau khawatir saat menggunakan kartu kredit untuk melakukan pengeluaran yang tidak penting.					

Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering berbelanja agar dapat mengikuti perkembangan trend fashion terbaru					
2	Saya tertarik membeli barang karena terlihat menarik tanpa berpikir perlu tidaknya membeli barang tersebut					
3	Saya senang berbelanja dan berburu diskon.					
4	Saya mudah terpengaruh untuk berbelanja meskipun sudah memiliki barang tersebut					
5	Saya senang membeli barang ber-merk					
6	Saya merasa merk/brand dari produk yang saya gunakan penting untuk menunjang penampilan					
7	Membeli barang dengan harga tinggi membuat saya semakin percaya diri					

Lampiran 3

Identitas Responden Dan Rekap Jawaban Kuesioner

No	Jenis Kelamin	Usia	Penghasilan Perbulan	Pengeluaran Perbulan	Kartu kredit yang dimiliki
1	Laki-laki	30-40 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mandiri
2	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank CIMB Niaga
3	Perempuan	30-40 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
4	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
5	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
6	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mandiri
7	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
8	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp <2.000.000	BCA
9	Laki-laki	30-40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank Mandiri
10	Perempuan	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BCA
11	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI Syariah
12	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
13	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp > 4.000.000	BRI
14	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
15	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
16	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BCA
17	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
18	Perempuan	< 30 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp > 4.000.000	BRI
19	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
20	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI

21	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
22	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
23	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BCA
24	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
25	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
26	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
27	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
28	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank Mega
29	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
30	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI
31	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
32	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
33	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Lain-lain
34	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Lain-lain
35	Perempuan	< 30 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp <2.000.000	BRI
36	Perempuan	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp <2.000.000	BRI
37	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI
38	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
39	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
40	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
41	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI Syariah
42	Perempuan	> 40 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
43	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
44	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Maybank

45	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
46	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
47	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI
48	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp <2.000.000	BNI
49	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI
50	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
51	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
52	Perempuan	> 40 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BNI
53	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank CIMB Niaga
54	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI Syariah
55	Perempuan	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mega
56	Perempuan	> 40 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
57	Laki-laki	30-40 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mega
58	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
59	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
60	Laki-laki	30-40 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mega
61	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
62	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp <2.000.000	BNI
63	Perempuan	> 40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BCA
64	Perempuan	30-40 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BCA
65	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
66	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank Mandiri
67	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
68	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI

69	Perempuan	> 40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
70	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
71	Laki-laki	30-40 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank CIMB Niaga
72	Laki-laki	30-40 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp <2.000.000	BNI Syariah
73	Perempuan	30-40 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
74	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI Syariah
75	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank Mandiri
76	Perempuan	30-40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BNI Syariah
77	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp > 4.000.000	BCA
78	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank Mega
79	Laki-laki	> 40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI
80	Perempuan	> 40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mandiri
81	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank Danamon
82	Laki-laki	30-40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank CIMB Niaga
83	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp <2.000.000	BRI
84	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI
85	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
86	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BRI
87	Perempuan	30-40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	mandiri
88	Perempuan	30-40 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	mandiri
89	Perempuan	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	mandiri
90	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp > 4.000.000	BCA
91	Perempuan	< 30 Tahun	Rp 4.000.000-Rp 5.000.000	Rp <2.000.000	BNI Syariah
92	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp > 4.000.000	BRI

93	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Mandiri
94	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	BNI
95	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bank Mandiri
96	Perempuan	< 30 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mandiri
97	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bank Mandiri
98	Laki-laki	< 30 Tahun	Rp < 4.000.000	Rp <2.000.000	Bri
99	Perempuan	< 30 Tahun	Rp > 5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	Bca
100	Perempuan	> 40 Tahun	Rp >5.000.000	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	BRI

Lampiran 4

Data Responden

No	Norma Subyektif							<i>Self Control</i>								Perilaku Konsumtif							
	q1	q2	q3	q4	q5	q6	tot	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	tot	q14	q15	q16	q17	q18	q19	q20	tot
1	5	5	1	5	5	1	22	5	5	5	5	5	5	5	35	1	1	1	1	5	5	3	17
2	5	5	4	4	3	3	24	4	4	4	4	4	3	3	26	2	2	2	2	4	4	4	20
3	5	4	2	4	4	2	21	2	3	2	4	2	4	4	21	4	4	4	2	1	1	1	17
4	5	5	4	4	3	3	24	5	4	5	5	5	5	4	33	2	2	1	1	1	1	3	11
5	5	5	3	5	5	3	26	5	5	2	5	5	5	5	32	1	1	4	1	2	1	2	12
6	5	4	1	3	3	1	17	4	4	5	3	2	2	3	23	1	1	1	1	3	5	4	16
7	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	3	5	4	4	28	3	3	4	3	4	4	3	24
8	5	5	2	5	4	3	24	4	5	4	4	4	4	4	29	4	3	4	4	4	4	4	27
9	5	5	1	5	5	1	22	5	5	4	5	5	5	5	34	2	3	1	1	3	4	2	16
10	3	3	1	5	4	1	17	5	5	5	5	5	5	5	35	1	1	1	1	3	3	2	12
11	5	5	1	3	3	1	18	5	4	2	5	5	5	5	31	1	1	2	1	1	1	3	10

12	4	5	3	3	3	3	21	5	5	3	4	4	4	5	30	2	3	3	3	3	3	4	21
13	3	3	2	4	3	3	18	3	4	5	4	3	2	3	24	1	4	3	3	5	3	4	23
14	4	4	2	4	4	2	20	4	4	4	4	4	4	4	28	2	2	2	2	2	2	2	14
15	4	4	2	2	4	2	18	4	3	3	3	4	4	4	25	3	2	2	2	2	2	2	15
16	4	4	2	4	4	2	20	4	4	3	4	3	4	4	26	3	3	3	3	3	3	4	22
17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	4	4	3	4	3	22	4	5	5	4	5	5	4	32	4	4	5	4	4	4	4	29
19	4	4	3	4	4	3	22	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	3	3	3	25
20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	4	5	5	5	32	4	5	4	5	4	3	4	29
21	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	5	4	3	4	3	24	5	4	2	4	5	4	4	28	3	2	3	1	1	2	2	14
23	5	5	4	4	4	3	25	5	5	3	5	5	5	5	33	4	3	4	3	5	5	5	29
24	4	4	2	5	5	1	21	5	5	4	4	4	5	5	32	2	1	3	1	1	2	3	13
25	4	4	2	5	5	1	21	5	5	4	4	4	5	5	32	2	1	3	1	1	2	3	13
26	4	3	4	3	3	4	21	3	3	4	3	1	2	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28

27	5	5	1	5	5	1	22	5	4	2	4	5	5	5	30	3	1	2	1	1	1	1	10
28	5	5	4	5	5	3	27	4	4	2	3	4	3	4	24	3	3	3	2	2	3	2	18
29	5	5	1	5	5	2	23	5	5	4	5	3	5	5	32	2	1	2	1	2	2	2	12
30	3	4	2	4	4	1	18	4	4	5	5	5	4	4	31	2	2	2	2	2	2	1	13
31	5	5	3	4	4	2	23	4	5	5	5	3	3	4	29	3	3	4	1	3	4	2	20
32	5	5	1	5	5	1	22	5	5	5	5	5	5	5	35	1	1	3	1	2	1	1	10
33	4	4	2	4	4	2	20	4	4	2	3	4	4	4	25	2	2	3	3	3	3	4	20
34	5	5	1	5	5	1	22	5	5	5	5	5	5	5	35	1	1	3	1	3	4	3	16
35	5	5	5	2	5	4	26	3	3	2	2	3	1	1	15	4	5	5	5	5	4	5	33
36	4	5	3	2	4	2	20	5	5	3	5	5	4	4	31	2	2	4	2	2	3	3	18
37	5	5	1	3	5	3	22	5	5	5	5	5	5	4	34	2	3	4	2	1	4	5	21
38	5	5	1	3	3	1	18	4	4	3	4	4	3	4	26	3	2	3	2	3	3	3	19
39	4	5	3	4	4	3	23	4	3	3	4	4	4	4	26	3	3	2	2	4	4	3	21
40	5	5	3	5	5	3	26	5	5	5	5	5	5	5	35	2	2	2	2	3	3	4	18
41	4	4	4	5	4	5	26	5	5	4	2	5	5	5	31	1	1	1	1	1	1	2	8

42	5	5	3	4	4	1	22	4	4	5	5	3	3	5	29	3	2	4	3	3	2	3	20
43	5	5	1	5	5	1	22	5	1	5	1	5	5	5	27	1	1	1	1	1	1	1	7
44	4	4	5	5	5	5	28	5	5	3	5	5	5	5	33	3	3	3	3	3	3	3	21
45	5	4	3	4	5	3	24	5	4	4	4	4	4	4	29	3	3	2	4	3	3	4	22
46	5	5	2	5	5	1	23	5	5	3	5	4	5	5	32	2	1	5	1	1	2	3	15
47	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	3	3	4	2	1	3	2	18
48	4	3	4	5	4	4	24	5	4	2	4	4	4	4	27	5	3	4	5	4	5	5	31
49	5	5	2	4	4	1	21	5	5	4	5	5	5	5	34	3	2	2	2	1	2	2	14
50	5	5	1	4	5	1	21	4	2	3	2	2	2	2	17	2	2	2	2	2	2	2	14
51	5	5	2	4	4	1	21	5	5	3	4	5	5	5	32	1	1	1	1	1	1	1	7
52	5	4	3	4	5	2	23	5	5	5	5	5	5	5	35	1	2	3	2	3	2	1	14
53	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
54	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	4	27	3	3	3	4	3	3	3	22
55	5	5	3	4	5	3	25	4	4	3	4	2	4	4	25	3	3	3	3	5	5	5	27
56	5	5	1	5	5	1	22	5	4	4	5	5	5	5	33	1	1	1	1	1	2	4	11

57	4	4	3	4	4	2	21	5	5	4	4	4	4	4	30	2	2	2	2	2	2	2	14
58	4	4	2	4	4	2	20	4	4	3	4	4	4	4	27	3	2	3	2	2	2	2	16
59	5	5	1	4	4	1	20	5	5	3	3	5	4	5	30	2	3	2	2	3	2	1	15
60	4	5	2	5	5	1	22	4	4	4	5	3	4	5	29	2	1	1	1	2	1	1	9
61	5	4	4	4	3	2	22	5	5	3	4	4	4	4	29	3	2	3	2	4	4	4	22
62	4	3	4	5	4	4	24	5	4	2	4	4	4	4	27	5	3	4	5	4	5	5	31
63	5	5	4	5	5	4	28	5	5	3	4	3	4	3	27	3	4	3	4	3	3	3	23
64	3	3	2	3	3	2	16	4	3	3	3	3	3	3	22	2	2	3	3	3	4	3	20
65	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	3	4	3	3	24	3	2	2	2	2	2	2	15
66	5	5	2	4	4	3	23	4	4	2	4	4	4	4	26	2	2	4	2	3	3	3	19
67	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	35
68	4	4	2	3	5	3	21	5	5	4	5	4	4	5	32	1	1	1	1	1	3	3	11
69	4	4	2	4	4	2	20	4	4	3	4	4	4	4	27	2	2	2	2	2	1	1	12
70	4	4	4	5	4	3	24	4	4	3	3	4	4	3	25	2	3	4	4	2	4	1	20
71	5	5	2	5	5	2	24	5	5	4	4	5	5	5	33	2	1	2	2	4	4	4	19

72	1	5	4	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	5	34	1	1	1	1	1	1	1	7
73	3	5	1	5	5	1	20	5	4	5	5	5	5	5	34	3	3	3	1	1	3	5	19
74	4	4	3	4	4	3	22	5	5	5	5	5	5	5	35	3	2	2	2	2	2	3	16
75	3	4	5	4	4	4	24	5	5	4	5	4	3	4	30	3	3	5	4	2	3	4	24
76	2	2	3	2	1	3	13	2	1	2	1	2	2	2	12	3	3	3	3	3	4	5	24
77	3	4	3	4	3	3	20	4	2	2	4	5	3	3	23	3	4	3	3	3	3	3	22
78	4	4	3	4	4	3	22	4	3	4	4	3	4	4	26	2	2	1	2	1	3	3	14
79	4	4	2	4	4	2	20	4	3	1	4	4	4	5	25	2	2	2	2	2	3	2	15
80	4	4	2	4	4	2	20	4	4	3	4	4	4	4	27	2	2	2	2	3	3	3	17
81	4	4	3	4	4	3	22	3	3	2	4	4	4	4	24	2	2	2	3	2	3	3	17
82	5	5	1	3	3	1	18	5	5	5	5	5	5	5	35	1	1	1	1	3	3	3	13
83	5	5	1	5	5	1	22	5	5	5	5	5	5	3	33	1	1	1	1	1	3	1	9
84	4	4	4	4	4	4	24	3	4	2	3	3	2	3	20	3	3	4	4	3	3	3	23
85	5	5	4	5	5	4	28	4	4	2	5	5	5	5	30	1	1	3	2	1	1	1	10
86	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	1	1	1	1	1	1	1	7

87	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	3	4	4	4	28	2	2	3	3	2	2	2	16
88	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	5	5	5	5	33	4	3	5	3	3	3	3	24
89	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	4	4	5	5	33	2	2	2	2	2	2	2	14
90	4	4	4	4	4	4	24	4	2	2	4	5	3	3	23	3	4	3	3	3	3	3	22
91	5	5	5	5	5	4	29	5	5	3	5	5	3	4	30	4	3	5	5	5	5	3	30
92	5	5	1	5	5	1	22	5	4	5	5	5	5	5	34	2	2	1	1	3	3	1	13
93	5	5	2	3	4	2	21	4	3	4	4	4	4	4	27	2	3	3	2	2	2	2	16
94	4	4	1	4	1	1	15	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	4	3	5	5	28
95	4	5	4	4	4	4	25	5	5	4	5	4	4	4	31	2	2	4	2	4	2	4	20
96	4	5	2	4	5	1	21	4	4	4	4	5	2	4	27	4	4	4	4	5	4	4	29
97	5	3	3	4	3	3	21	3	4	4	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	3	21
98	4	4	5	3	2	4	22	4	4	3	4	4	1	4	24	1	2	1	1	1	2	1	9
99	4	4	4	4	4	2	22	5	4	4	4	5	4	4	30	2	1	2	2	2	2	2	13
100	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	4	5	4	33	1	1	4	3	1	2	2	14

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas

1. Norma Subyektif

Correlations

	q1	q2	q3	q4	q5	q6	x1
q1 Pearson Correlation	1	.599**	-.058	.204*	.367**	-.127	.403**
Sig. (2-tailed)		.000	.567	.041	.000	.208	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
q2 Pearson Correlation	.599**	1	-.057	.288**	.537**	-.098	.466**
Sig. (2-tailed)	.000		.572	.004	.000	.330	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
q3 Pearson Correlation	-.058	-.057	1	.064	.027	.875**	.717**
Sig. (2-tailed)	.567	.572		.527	.787	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
q4 Pearson Correlation	.204*	.288**	.064	1	.604**	.078	.542**
Sig. (2-tailed)	.041	.004	.527		.000	.442	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
q5 Pearson Correlation	.367**	.537**	.027	.604**	1	.041	.603**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.787	.000		.682	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
q6 Pearson Correlation	-.127	-.098	.875**	.078	.041	1	.700**
Sig. (2-tailed)	.208	.330	.000	.442	.682		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
x1 Pearson Correlation	.403**	.466**	.717**	.542**	.603**	.700**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. *Self Control***Correlations**

	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	x2
q7 Pearson Correlation	1	.642**	.337**	.524**	.669**	.680**	.637**	.831**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q8 Pearson Correlation	.642**	1	.371**	.619**	.407**	.500**	.527**	.763**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q9 Pearson Correlation	.337**	.371**	1	.360**	.199*	.310**	.294**	.570**
Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.047	.002	.003	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q10 Pearson Correlation	.524**	.619**	.360**	1	.458**	.523**	.573**	.766**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q11 Pearson Correlation	.669**	.407**	.199*	.458**	1	.628**	.542**	.729**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.047	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q12 Pearson Correlation	.680**	.500**	.310**	.523**	.628**	1	.760**	.830**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q13 Pearson Correlation	.637**	.527**	.294**	.573**	.542**	.760**	1	.809**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2 Pearson Correlation	.831**	.763**	.570**	.766**	.729**	.830**	.809**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Perilaku Konsumtif

Correlations

	q14	q15	q16	q17	q18	q19	q20	y
q14 Pearson Correlation	1	.776**	.664**	.761**	.527**	.527**	.532**	.837**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q15 Pearson Correlation	.776**	1	.620**	.785**	.587**	.519**	.494**	.836**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q16 Pearson Correlation	.664**	.620**	1	.684**	.429**	.409**	.470**	.753**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q17 Pearson Correlation	.761**	.785**	.684**	1	.634**	.569**	.562**	.879**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q18 Pearson Correlation	.527**	.587**	.429**	.634**	1	.752**	.599**	.802**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q19 Pearson Correlation	.527**	.519**	.409**	.569**	.752**	1	.711**	.794**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
q20 Pearson Correlation	.532**	.494**	.470**	.562**	.599**	.711**	1	.774**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
y Pearson Correlation	.837**	.836**	.753**	.879**	.802**	.794**	.774**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6

Hasil Uji Reliabilitas

1. Norma Subyektif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.604	6

2. *Self Control*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	7

3. Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	7

Lampiran 7

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

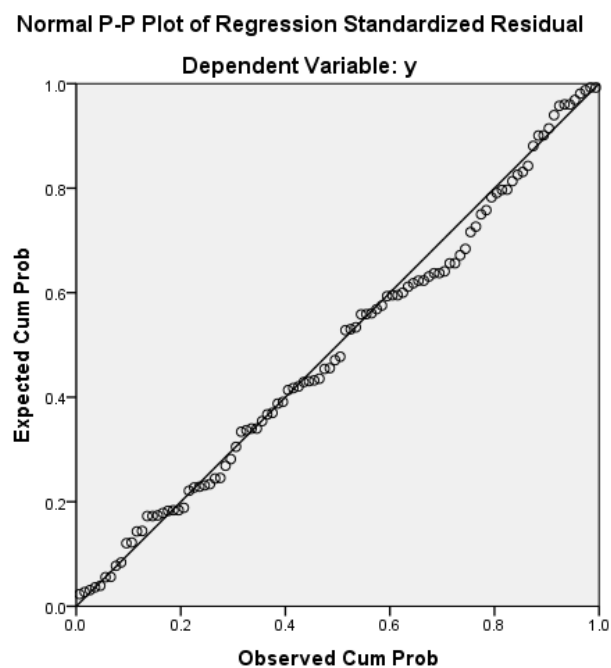
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.13722620
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.040
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



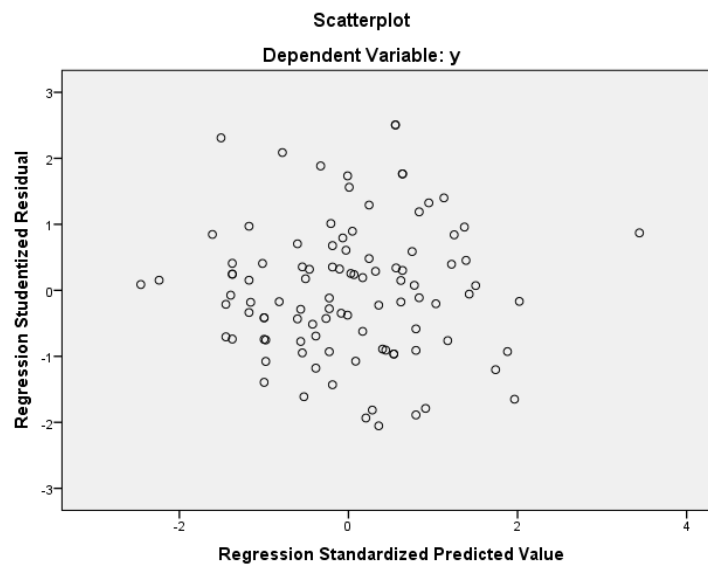
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	20.519	4.861		4.221	.000		
x1	.606	.188	.314	3.223	.002	.898	1.114
x2	-.553	.138	-.389	-3.995	.000	.898	1.114

a. Dependent Variable: y

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.010	.011		.900	.370
x1_2	-8.221E-6	.000	-.114	-.733	.465
x2_2	.099	.101	.154	.987	.326

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 8

Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Ketetapan Model

1. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.519	4.861		4.221	.000
x1	.606	.188	.314	3.223	.002
x2	-.553	.138	-.389	-3.995	.000

a. Dependent Variable: y

2. Uji Ketepatan Model

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	775.861	2	387.931	10.091	.000 ^b
Residual	3728.889	97	38.442		
Total	4504.750	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.155	6.200

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.519	4.861		4.221	.000
x1	.606	.188	.314	3.223	.002
x2	-.553	.138	-.389	-3.995	.000

a. Dependent Variable: y

Lampiran 9

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nur Maya Mitasari

Tempat Tanggal Lahir : Ngawi, 27 Juli 1997

Alamat : Kalang, Ngale, Paron, Ngawi

No.HP : 089670320959

E-mail : Nurmayamita@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal :

1. MI PSM Ngale 2019
2. SMP N 3 Ngawi 2012
3. SMK N 1 Ngawi 2015
4. IAIN Surakarta 2020

Lampiran 10

Cek Plagiasi



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 22%

Date: Tuesday, November 03, 2020

Statistics: 4765 words Plagiarized / 21850 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

"PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT EKS KERESIDENAN
SURAKARTA" SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Surakarta Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi / Oleh : NUR MAYA MITASARI NIM. 16.52.3.1.204
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA 2020